

Niveau(x) d'enseignement: 0
Centre d'intérêt: 875

Numéro ISN: 9292

Gaudreau, Bernard.

Le problème du recrutement d'étudiants en technologie agro-alimentaire / par Bernard Gaudreau. -- Montréal : B. Gaudreau, 1989.
ix, 108, [50] f. : 28 cm

Résumé: f. viii-ix. "Projet d'intervention présenté à l'ENAP en vue de l'obtention de la maîtrise en administration publique". Bibliogr.: f. [158]

Vedette(s)-secondaire(s): Ecole nationale d'administration publique (Québec)

Descripteur(s): Techniques biologiques * Formation agricole * Formation professionnelle * Diminution de la clientèle * Perception * Questionnaire

Identificateur(s) de nom: Institut de technologie agro-alimentaire de La Pocatière * Institut de technologie agro-alimentaire de Saint-Hyacinthe

Identificateur(s) de sujet: Technologie agro-alimentaire

Le but de cette recherche est de cerner le problème de la diminution des demandes d'admission en technologie agro-alimentaire et d'identifier les solutions qui s'imposent. En se basant sur le processus de recherche en marketing, on démontre que la diminution des demandes d'admission est beaucoup moins importante pour l'ensemble du secteur collégial que pour les Instituts de technologie agro-alimentaire de La Pocatière et de Saint-Hyacinthe. Les données colligées à l'aide de questionnaires permettent d'affirmer que les Instituts sont très peu connus des étudiants et que les intervenants en information scolaire, suite à une connaissance limitée et une perception souvent inexacte, favorisent peu ces carrières. Il ressort également que l'ensemble du secteur agro-alimentaire est dévalorisé. Finalement, on recommande donc que le Ministère fasse de la valorisation de l'ensemble du secteur agro-alimentaire une de ses cibles stratégiques au cours du prochain plan triennal et que la Direction de l'enseignement agro-alimentaire et les Instituts développent le plan de communication déjà amorcé.

Type de document:

ÉCOLE NATIONALE D'ADMINISTRATION PUBLIQUE

Le problème du recrutement
d'étudiants en technologie agro-alimentaire

Par

Bernard Gaudreau
(promotion 1987-1990)

(temps partiel)

PROJET D'INTERVENTION PRÉSENTÉ À L'ENAP
EN VUE DE L'OBTENTION DE LA MAÎTRISE
EN ADMINISTRATION PUBLIQUE

Montréal

Avril 1989

INT
908

9292

ÉCOLE NATIONALE D'ADMINISTRATION PUBLIQUE

Le problème du recrutement
d'étudiants en technologie agro-alimentaire

Par

Bernard Gaudreau
(promotion 1987-1990)

(temps partiel)

PROJET D'INTERVENTION PRÉSENTÉ À L'ENAP
EN VUE DE L'OBTENTION DE LA MAÎTRISE
EN ADMINISTRATION PUBLIQUE

Montréal

Avril 1989

REMERCIEMENTS

Nous adressons nos plus sincères remerciements d'abord à monsieur Pascal Van Nieuwenhuysse, notre mandataire, qui a montré une grande ouverture d'esprit envers notre projet et à monsieur Robert Bernier, notre directeur académique, qui a beaucoup investi pour nous guider dans cette démarche.

Nous tenons aussi à souligner l'apport d'un grand nombre de personnes - membres du personnel des Instituts et autres - sans la collaboration desquelles nous n'aurions pu réaliser ce projet d'intervention. Enfin, nous voulons remercier madame Mireille de Garie qui a patiemment dactylographié ce rapport.

AVANT-PROPOS

Le rapport d'intervention est une activité obligatoire à l'obtention de la maîtrise en administration publique décernée par l'Ecole Nationale d'Administration Publique (ENAP). Il constitue l'aboutissement d'une démarche effectuée auprès d'un organisme public dans le but d'apporter une solution à un problème qui a une incidence administrative. Ce rapport doit être accepté à la fois par l'ENAP et l'organisme mandataire.

TABLE DES MATIERES

REMERCIEMENTS	11
AVANT-PROPOS	111
TABLE DES MATIERES	1V
LISTE DES TABLEAUX	vi
LISTE DES GRAPHIQUES	vii
SOMMAIRE	viii
1. INTRODUCTION	2
1.1 Formulation du problème	2
1.2 Présentation du mandat	3
1.3 Annonce du travail	4
2. DÉFINITION DU PROBLÈME	7
2.1 Répartition des compétences et aperçu historique	7
2.2 Situation organisationnelle	10
2.3 Formulation préliminaire du problème	12
2.4 Importance du sujet	14
2.5 Objectifs spécifiques de l'étude	16
3. LE CADRE CONCEPTUEL	20
3.1 Le système d'information en marketing	22
3.2 Le processus de recherche en marketing	25
3.2.1 La démarche préliminaire	27
3.2.2 Le design de la recherche	28
3.2.2.1 Le type de recherche	29
3.2.2.2 Méthodes de collecte de données	30
a) Les données secondaires	30
b) Les données primaires	31
3.2.2.3 Les instruments de recherche	34
a) Le plan d'échantillonnage	35
b) Les outils de collecte	36
c) Le plan d'analyse	38
3.2.3 La réalisation de la recherche	38
3.2.3.1 La collecte de données	39
3.2.3.2 L'analyse des données	40
3.2.3.3 La communication des données	40

4.	LA DEMARCHE METHODOLOGIQUE	43
4.1	Pour cerner le contexte	43
4.2	Pour mieux connaître le processus de recherche en marketing	43
4.3	Pour atteindre les objectifs spécifiques de l'étude	44
4.4	En regard des limites de l'étude	49
5.	ANALYSE DES DONNÉES	52
5.1	L'évolution des demandes d'admission	52
5.2	La situation à l'extérieur du Québec	57
5.3	Les perceptions face aux carrières de technologistes en agro-alimentaire	60
5.3.1	Selon les données recueillies auprès d'étudiants	60
5.3.2	Selon les données recueillies auprès d'intervenants en information scolaire	63
5.4	La capacité d'absorption du marché	83
6.	CONCEPTION DE LA SOLUTION	88
7.	RECOMMANDATIONS	94
7.1	Revalorisation du secteur agro-alimentaire	94
7.2	Programme de communication des Instituts	96
8.	CONCLUSION	107
	ANNEXE I - ORGANIGRAMMES	109
	ANNEXE II - LES EFFECTIFS	113
	ANNEXE III - BUDGETS 1988-1989	117
	ANNEXE IV - QUESTIONNAIRE AUPRES D'ELEVES DU SECONDAIRE LETTRE D'INTRODUCTION ET QUESTIONNAIRE ADRESSE AUX INTERVENANTS EN INFORMATION SCOLAIRE	127
	ANNEXE V - LISTE DES MEMBRES DU CADAP	132
	ANNEXE VI - PROFIL DES ETUDIANTS INTERVIEWES	135
	ANNEXE VII - EXEMPLE D'UN DOCUMENT D'INFORMATION SUR LES FINISSANTS	138
	ANNEXE VIII - ESQUISSE DU PROJET D'INTERVENTION	145
	ANNEXE IX - RAPPORT SUR LE QUESTIONNAIRE PORTANT SUR LES CARRIERES EN AGRO-ALIMENTAIRE	155
	BIBLIOGRAPHIE	158

LISTE DES TABLEAUX

TABLEAU 1	Répartition de la compétence entre les ministères de l'Education et de l'Agriculture sur la formation professionnelle agricole pour les pays membres de l'O.C.D.E.	8
TABLEAU 2	Les programmes de formation	13
TABLEAU 3	Les éléments d'un système d'information marketing	24
TABLEAU 4	Processus de la recherche en marketing	26
TABLEAU 5	Demande d'admission au SRAM et au SRAQ pour les années 1984-1988	52
TABLEAU 6	Demande d'admission pour l'ensemble des programmes de technologistes en agro-alimentaire	55
TABLEAU 7	Classification décroissante des réponses à la question ouverte numéro sept	68
TABLEAU 8	Profil socio-démographique des répondants	73
TABLEAU 9	Institut de technologie agro-alimentaire - Budget promotionnel 1989-1990	105

LISTE DES GRAPHIQUES

GRAPHIQUE A

Inscription - programme de formation d'exploitants agricoles
vs les autres programmes de formation offerts par les membres
du CADAP 59

GRAPHIQUE B

Calendrier du plan de communication 1989-1990 106

SOMMAIRE

La Direction de l'enseignement en agro-alimentaire du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec qui chapeaute les Instituts de technologie agro-alimentaire de La Pocatière et Saint-Hyacinthe a pour mission de s'assurer que le secteur agro-alimentaire québécois dispose de ressources humaines compétentes et en nombre suffisant.

Or, les demandes d'admission aux programmes de formation de technologistes en agro-alimentaire, dispensées exclusivement aux deux Instituts, ont diminué de quelque 40 % au cours des dernières années. La Direction s'interroge à savoir quelles sont les causes de cette situation et quels gestes il lui faut poser pour renverser cette tendance.

En se basant sur le processus de recherche en marketing, nous avons démontré que la diminution des demandes d'admission est beaucoup moins importante pour l'ensemble du secteur collégial que pour les Instituts mais aussi que le phénomène constaté au Québec n'est pas particulier. Les données colligées à l'aide de questionnaires permettent d'affirmer que les Instituts sont très peu connus des étudiants et que les intervenants en information scolaire, suite à une connaissance limitée et une perception trop souvent inexacte, favorisent peu ces carrières.

Pour les étudiants et parfois les intervenants en information scolaire du secondaire, le secteur agro-alimentaire est souvent associé unique-

ment à la profession d'exploitant agricole avec tous les sous-entendus péjoratifs qui en découlent. C'est ainsi que les carrières de technologistes en agro-alimentaire sont trop souvent identifiées, à tort, comme s'adressant presque exclusivement à des étudiants issus d'un milieu rural.

Pour leur part, les employeurs que nous avons contactés, sont satisfaits des diplômés issus des Instituts et n'accordent généralement pas d'importance à la provenance des candidats considérant que c'est d'abord l'individu qui est important.

Bref, nous avons constaté que l'ensemble du secteur agro-alimentaire est dévalorisé et que les Instituts doivent implanter un programme de communication.

Nous recommandons donc que le Ministère fasse de la valorisation de l'ensemble du secteur agro-alimentaire une de ses cibles stratégiques au cours du prochain plan triennal et que la DEA et les Instituts développent, ou plutôt poursuivent en le réorientant quelque peu, le plan de communication amorcé depuis quelque temps déjà. A cet égard, nous suggérons de mettre en place des indicateurs de performance et d'en évaluer formellement les résultats.

CHAPITRE 1
INTRODUCTION

1. INTRODUCTION

Les Instituts de technologie agro-alimentaire de la Pocatière et Saint-Hyacinthe relèvent de la Direction de l'enseignement agro-alimentaire (D.E.A.) et sont ainsi rattachés au sous-ministériat de la gestion, recherche, développement technologique et enseignement du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec.

Comme beaucoup d'autres institutions d'enseignement, ces Instituts dispensent, outre les formations régulières, des cours par correspondance et des cours aux adultes. Le présent travail portera uniquement sur les cours réguliers conduisant à l'obtention d'un diplôme d'études collégiales. Plus spécifiquement, il porte sur la formation des technologistes agro-alimentaires: nous référerons occasionnellement à la formation des exploitants agricoles.

1.1 Formulation du problème

Depuis plusieurs années, le nombre de demande d'admission aux programmes conduisant à l'obtention d'un D.E.C. diminue aux Instituts. Pour le programme Gestion et exploitation de l'entreprise agricole (G.E.E.A.), les demandes d'admission

sont depuis trois ans en deçà du contingentement. En ce qui a trait aux programmes de formation de technologistes, si les demandes d'admission excèdent encore le contingentement dans la majorité des options, les admissions sont inférieures au contingentement dans quelques options. Le nombre d'étudiants admis aux différents programmes de formation de technologistes n'a que légèrement diminué depuis 1983, mais la proportion des admis par rapport à ceux qui ont fait une demande d'admission s'est fortement appréciée.

Si la tendance enregistrée pour les cinq années scolaires allant de 1983 à 1987 se poursuivait au même rythme pour un autre cinq ans, il y aurait forcément disparition de certaines options. Face à une telle éventualité, ce n'est pas en dispensant des cours réguliers conduisant à l'obtention d'un D.E.C. que les deux écoles justifieraient aisément leur raison d'être.

1.2 Présentation du mandat

Notre mandat consiste à trouver des éléments de solution pour résoudre ce problème. Dans un premier temps, nous effectuerons la cueillette de l'information disponible tout en privilégiant celle que nous jugerons primordiale afin de

mieux comprendre et expliquer cette situation problématique. Notons tout de suite qu'il existe déjà beaucoup d'information, chez un grand nombre de personnes évoluant dans l'environnement de la Direction de l'enseignement en agro-alimentaire. Dans un deuxième temps, nous allons compiler, analyser et interpréter les données recueillies. Pour nous faciliter la tâche, nous allons recourir à l'informatique. La réalisation de cette partie du mandat va nous permettre d'identifier clairement les contraintes liées à la formation de technologistes agro-alimentaires.

A la lueur des informations recueillies dans les opérations précédentes, nous formulerons des recommandations visant à solutionner le problème tout en suggérant les moyens de mise en oeuvre.

1.3 Annnonce du travail

Le chapitre suivant sera consacré à définir plus clairement le problème. Pour ce faire, nous rappellerons brièvement quelques éléments juridiques et historiques tout en examinant le contexte organisationnel des Instituts. Nous serons ensuite amenés à formuler plus précisément le problème et à analyser l'impact qui découlerait d'un "statu quo" dans ce

dossier. Enfin, les objectifs de l'étude seront spécifiés dans ce second chapitre.

Le cadre conceptuel sera exposé dans le troisième chapitre de l'ouvrage. Il s'appuie sur la fonction marketing que nous définirons avant de présenter le système d'information marketing et plus spécifiquement sa composante recherche.

La méthodologie suivie pour atteindre les objectifs spécifiques du projet sera décrite dans le quatrième chapitre. Cette dernière va mettre en relief la correspondance qui existe entre celle-ci et le processus de recherche en marketing présenté au chapitre précédent.

Le cinquième chapitre sera consacré à l'analyse des données secondaires et primaires issues des questionnaires que nous avons administré, des interviews et du processus de consultation que nous avons entrepris.

Les recommandations provenant des résultats générés par l'analyse des données précéderont la conclusion de cette recherche.

CHAPITRE 2
DEFINITION DU PROBLEME

2. DÉFINITION DU PROBLÈME

2.1 Répartition des compétences et aperçu historique

Certains lecteurs s'étonneront en constatant que les Instituts de technologie agro-alimentaire de La Pocatière et de Saint-Hyacinthe relèvent non pas, comme les autres institutions québécoises de niveau collégial, du ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Science mais plutôt du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation.

Le fondement juridique de ce fait n'est ni particulier, ni récent. Ainsi, "... l'enseignement agricole supérieur relève de l'autorité du ministère de l'Agriculture. Ses pouvoirs sont conférés au Ministère en vertu de la "Loi du Département de l'Agriculture, S.R.Q. 1925 c.5,a.1". A l'article 3 définissant les attributions du Ministère, on peut lire: "qu'il a le contrôle et la surveillance des écoles ou collèges d'agriculture, ..." (Rapport du Comité d'Étude sur l'Enseignement Agricole et Agronomique, 1961, p. 10).

D'autre part, le tableau 1 (Rapport du Comité d'étude de l'enseignement professionnel agricole, 1966, p.34) nous fournit pour plus de vingt pays membres de l'O.C.D.E. la répartition des compétences en ce qui a trait à la formation professionnelle agricole.

TABLEAU 1

Répartition de la compétence entre les
ministères de l'Education et de l'Agriculture
sur la formation professionnelle agricole
pour les pays membres de l'O.C.D.E.

PAYS	Compétence exclusive du ministère de l'Agriculture	Compétence exclusive du ministère de l'Education	Compétence partagée
Allemagne	X		
Autriche	X		
Belgique			X
Canada (provinces)			X
Danemark		X	
Ecosse			X
Espagne			
Etats-Unis		X	
France			X
Grèce	X		
Irlande	X		
Islande	X		
Italie	X		
Luxembourg	X		
Norvège	X		
Pays-Bas	X		
Portugal		X	
Royaume-Uni			X
Suède	X		
Suisse	X		
Turquie	X		
Yougoslavie		X	
TOTAUX	12	4	6

Au Québec, la compétence est partagée: le cours gestion et exploitation de l'entreprise agricole est dispensé par les Instituts de technologie agro-alimentaire et par six collèges d'enseignement général et professionnel (CEGEP) ainsi que par le Collège MacDonald (par financement du MAPAQ). Les cours de formation de technologistes en agro-alimentaire qui constituent l'essence du présent travail sont dispensés exclusivement par les deux Instituts de technologie agro-alimentaire. Cependant le MESS, s'il n'a aucune implication financière, exerce un pouvoir important car il sanctionne les programmes et décerne un D.E.C. aux étudiants qui réussissent le cours. L'approbation des programmes se fait sans difficulté si ceux-ci sont élaborés strictement à l'intérieur du domaine de compétence dévolu aux deux Instituts.

Mais quand et pourquoi ces deux Instituts ont-ils été créés? Le Comité d'étude sur l'Enseignement Agricole et Agronomique (Communément appelé Comité REGIS du nom de son Président.), constitué en 1960, publie, en 1961, son rapport où il recommande que la formation des agronomes se fasse non plus à Sainte-Anne de La Pocatière ou à Oka (les Pères Trappistes avaient d'ailleurs déjà décidé de cesser la formation) mais sur le campus même de l'Université Laval à côté des autres facultés (Comité REGIS pp 79-86).

De plus, le rapport souligne une importante lacune entre la formation du cultivateur à l'école moyenne et celle de l'agronome à l'université: l'absence d'un enseignement de niveau technique (Comité REGIS p. 139).

Cette constatation et les recommandations qui s'ensuivent conduisent, dès 1962, à la création des Instituts de La Pocatière et Saint-Hyacinthe. Ces derniers ont, depuis, le mandat exclusif de former les technologistes en agro-alimentaires.

2.2 Situation organisationnelle

La DEA relève du sous-ministériat à la gestion, recherche, développement technologique et enseignement et supervise, entre autres choses, la gestion et les activités des Instituts de technologie agro-alimentaire. Le lecteur pourra consulter à l'annexe I les organigrammes de ce système.

La Direction ne regroupe, à Québec, que neuf employés permanents, alors que la très grande majorité du personnel se retrouve physiquement dans les deux Instituts. Au 1^{er} mars 1988, quelque 230 employés permanents, dont 117 professeurs y oeuvraient (Direction de l'enseignement en agro-alimentaire

1988, pp. 21 et 46-47.). L'annexe II contient plus d'information sur les ressources humaines.

Ce regroupement de spécialistes en agro-alimentaire constitue en soi une force, une richesse qu'aucune autre maison québécoise d'enseignement collégial ne peut revendiquer.

La mission de la Direction est de "... s'assurer que le secteur agro-alimentaire québécois dispose de ressources humaines compétentes et en nombre suffisant pour apporter une contribution active à l'évolution de ce secteur économique" (Direction de l'Enseignement en agro-alimentaire, 1988, p. 1). Quant aux Instituts, leur vocation première est la formation de technologistes et d'exploitants de fermes (Direction de l'Enseignement en agro-alimentaire, 1988, pp. 9 et 28).

Pour mener à bien leur mission, les Instituts disposent aussi de ressources matérielles et financières provenant exclusivement du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation.

En plus des deux édifices principaux abritant entre autres les salles de cours, les laboratoires, les locaux de service comme le centre de documentation, la cafétéria et les locaux

administratifs, on retrouve des installations telles que centre équestre, vacherie, porcherie, bergerie, complexe serricole, etc. qui appartiennent partiellement ou totalement aux Instituts. L'entretien des bâtisses, des équipements et des installations est à la charge des Instituts et nécessite des sommes importantes. Le contexte budgétaire fort difficile ne permet pas, aux dires de plusieurs, d'assurer l'entretien adéquat et le remplacement nécessaire des immobilisations et de l'équipement.

Le lecteur trouvera à l'annexe III les budgets de la DEA et des Instituts pour l'année 1988-89 (se terminant au 31 mars 1989). Il est à noter que ces budgets n'incluent pas le traitement des employés réguliers.

2.3 Formulation préliminaire du problème

Les Instituts ont donc une mission dont un des volets est à la fois exclusif et très important: former et promouvoir des ressources (produits) que l'on appelle technologistes agro-alimentaires. Ce type de ressources est en demande: parmi la gamme des onze différents programmes de formation de technologistes qu'offrent les Instituts, on a, dans plusieurs cas, constaté un manque de finissants et cela même si la

stratégie de placement ou la promotion des finissants n'a pas été des plus agressive. Le tableau 2 présente la gamme des programmes offerts par les Instituts.

TABLÉAU 2
Les programmes de formation

Numéro du cours	Titre du programme	La Pocatière	Saint-Hyacinthe
153-01	Zootecnologie	X	X
153-02	Horticulture légumière et fruitière		X
153-03	Horticulture ornementale		X
153-05	Technologie du génie rural		X
153-06	Phytotechnologie	X	
153-07	Techniques de gestion conseil en agriculture	X	
153-08	Technologie des sols	X	
154-01	Technologie alimentaire: Contrôle de la qualité et développement		X
154-02	Technologie alimentaire: Produits laitiers		X
154-03	Technologie alimentaire: Production		X
155-05	Technologie équine	X	

Le problème consiste pour les Instituts à recruter un plus grand nombre de bons candidats. Nous devons donc identifier les actions les plus susceptibles d'inciter un plus grand nombre de personnes à profiter des services offerts par les Instituts. Pour ce faire, nous avons identifié quelques objectifs spécifiques. L'atteinte de ces derniers permettra de préciser l'ampleur du problème et de recommander les actions les plus pertinentes à entreprendre pour le solutionner. Nous y reviendrons dès que nous aurons examiné l'importance du sujet.

2.4 Importance du sujet

Nous n'avons pas l'intention dans ce travail d'avancer une série de chiffres et de dissenter pour démontrer l'importance de l'industrie agro-alimentaire tant au niveau primaire, secondaire que tertiaire à travers le monde et au Québec en particulier. Nous avançons l'hypothèse que tous reconnaissent la place prépondérante de cette vaste industrie: le lecteur désireux de se documenter davantage sur cet aspect peut facilement trouver beaucoup d'information.

Toute industrie doit, pour se développer, disposer de ressources humaines bien formées. Cela est d'autant plus vrai

dans des secteurs où la concurrence est vive comme dans celui qui nous préoccupe. Sans dramatiser la situation, force est d'admettre que l'insuffisance de main-d'œuvre spécialisée est un élément qui peut contribuer de façon significative à freiner le développement d'une industrie et à favoriser son déplacement vers l'extérieur du Québec. Dans un secteur comme l'agro-alimentaire où les techniques de production tant au niveau primaire que secondaire évoluent très rapidement, cette constatation est pour le moins préoccupante. Le Québec ne peut être privé de retombées économiques futures générées par un secteur qui a traditionnellement constitué l'ossature de son développement régional parce que le personnel adéquatement formé y est restreint. Il doit au contraire pouvoir développer ce secteur entre autres en misant sur la qualité et la disponibilité de ses ressources humaines et des technologistes en particulier.

L'incapacité de recruter suffisamment d'étudiants pour satisfaire les besoins de l'industrie agro-alimentaire équivaut, pour les Instituts, à admettre qu'ils ne remplissent pas intégralement leur mission.

D'autre part, les Instituts contribuent au bien-être économique des régions où ils sont situés. Si les demandes d'admission continuaient à diminuer au même rythme durant encore

plusieurs années, certains programmes devraient être abandonnés, ce qui entraînerait la fermeture de certains postes à moins que les Instituts développent davantage d'autres orientations comme les cours aux adultes, etc.

Bref, la persistance du problème entraînera, pour la communauté québécoise, des coûts économiques et sociaux importants.

2.5 Objectifs spécifiques de l'étude

Afin de mieux cerner le problème et d'identifier les solutions qui s'imposent, nous analyserons brièvement la situation des demandes d'admission qui prévaut au niveau des services régionaux d'Admission du Montréal Métropolitain (S.R.A.M.) et de Québec (S.R.A.Q.) dont les Instituts de Saint-Hyacinthe et La Pocatière sont respectivement membres.

L'objectif de cette démarche est de comparer l'évolution des demandes d'admission formulées à ces services régionaux d'admission avec celles qui sont faites aux Instituts et ainsi de vérifier l'attrait des Instituts par rapport à d'autres collèges.

Dans une seconde démarche, nous analyserons la situation à l'extérieur du Québec. Cela va permettre de confirmer ou d'infirmer la présence ailleurs de la tendance observée au Québec.

A l'aide d'un questionnaire administré à des étudiants du secondaire et d'un autre adressé aux intervenants en information scolaire en milieu secondaire, nous recueillerons ensuite des données sur la perception des élèves, la notoriété des carrières de technologistes agro-alimentaires etc.

L'analyse des informations recueillies permettra de mesurer l'attrait qu'exercent les Instituts par rapport aux autres institutions de niveau collégial.

De plus, nous étudierons brièvement la satisfaction des diplômés et des employeurs tout en recueillant leurs recommandations relatives au placement et à la taille du marché.

Ces données, intégrées à d'autres colligées par l'examen de documents et les interviews, fourniront les informations nécessaires pour identifier les freins à la consommation du service offert par les Instituts. Muni de ces informations, nous serons en mesure non seulement d'identifier les marchés

cibles mais aussi de recommander une stratégie de pénétration: l'objectif ultime étant de susciter suffisamment d'intérêt pour ces carrières afin que le nombre d'étudiants inscrits aux Instituts atteigne les contingentements prévus dans chaque programme. C'est dans un tel contexte que la Direction de l'enseignement en agro-alimentaire pourra satisfaire les besoins de l'industrie (seul l'aspect quantitatif est ici considéré: nous sommes conscients de l'importance de l'aspect qualitatif qui ne fait cependant pas l'objet de ce projet).

Dans le chapitre suivant, nous examinerons le cadre conceptuel sur lequel repose nos recherches et la formulation des recommandations.

CHAPITRE 3

La

Et

3. LE CADRE CONCEPTUEL

La majeure partie du temps requis pour la réalisation de ce mandat a été utilisée à des fins de recherche en marketing. Dans ce chapitre, nous exposerons le cadre théorique d'un système d'information marketing et plus spécifiquement celui d'une des composantes de ce système: la recherche en marketing.

Auparavant, il convient de définir ce qu'est le marketing et de préciser des termes tels la segmentation de marché et le marketing mix (ou intégré) puisque ces concepts nous seront utiles dans l'élaboration de nos recommandations.

Nous souscrivons à la définition suivante du terme marketing: "le marketing est une activité humaine orientée vers la satisfaction des besoins et des désirs grâce à des processus d'échange (Kotler, McDougall, Picard, 1983, p.8). Nous ne voulons pas, dans le cadre de cet ouvrage, discuter sur le marketing, notre objectif n'étant que d'introduire une définition que nous partageons.

La segmentation est un concept clé en marketing qui répond à deux besoins managériaux: définir le marché, c'est-à-dire: "Helping an organization to identify and select those segments within the overall population that are most closely related to fulfillment of institutional objectives, and therefore represent an appropriate

target for marketing efforts" (Lovelock & Weinberg, 1984, p. 99.) et cibler le marché ce qui consiste à aider les gestionnaires à orienter les activités de marketing vers les segments identifiés. Cela peut exiger de segmenter davantage la population cible et de développer des programmes coordonnés de marketing qui s'adressent spécifiquement à chacun de ces segments" (Lovelock & Weinberg, 1984, p.99, traduction libre).

La segmentation consiste donc à identifier dans un grand ensemble un ou des sous-ensembles qui possèdent des caractéristiques spécifiques puis à préparer une ou des stratégies pour rejoindre cet ou ces sous-ensembles.

Quant au marketing mix (ou intégré) il intègre l'ensemble des variables dont l'entreprise dispose pour influencer le marché-cible. Il constitue l'élément central de la stratégie marketing. Ces variables sont le produit, le prix, la distribution et la promotion. Dans une entreprise de marketing non commercial, la variable prix est souvent absente ou se mesure en terme de temps d'attente, d'effort de la part du consommateur, etc. et non en terme de dollars. Dans une telle situation, le personnel en contact est de plus en plus considéré comme un cinquième variable (Filiatrault Pierre, 1988, cours de marketing social et communication publique).

3.1 Le système d'information en marketing

Un système d'information en marketing doit fournir à une organisation dont l'orientation est marketing, des informations sur l'état du marché et l'évolution des clientèles.

- Muni de ces dernières, le manager sera en meilleure position pour gérer l'avenir de son organisation. Nous allons examiner dans les pages suivantes une composante fondamentale d'un système d'information marketing: la recherche en marketing.

Définissons d'abord brièvement le système d'information marketing et ses quatre composantes.

Un système d'information marketing est un réseau complexe de relations structurées où interviennent des hommes, des machines et des procédures, qui a pour objet d'engendrer un flux ordonné d'information pertinente, provenant de sources internes et externes à l'entreprise et destiné à servir de base aux décisions marketing (Kotler, Dubois, 1984, p. 175).

Les quatre composantes de ce système sont:

Système interne de marketing: ce système intègre tous les systèmes de gestion qui colligent, enregistrent et analysent

l'information découlant des opérations qu'elles qu'elles soient.

Système d'intelligence marketing: souvent considéré comme la plus importante source d'information pour un manager en marketing, ce système est défini comme l'ensemble des techniques permettant aux dirigeants de se tenir continuellement sur l'évolution de l'environnement.

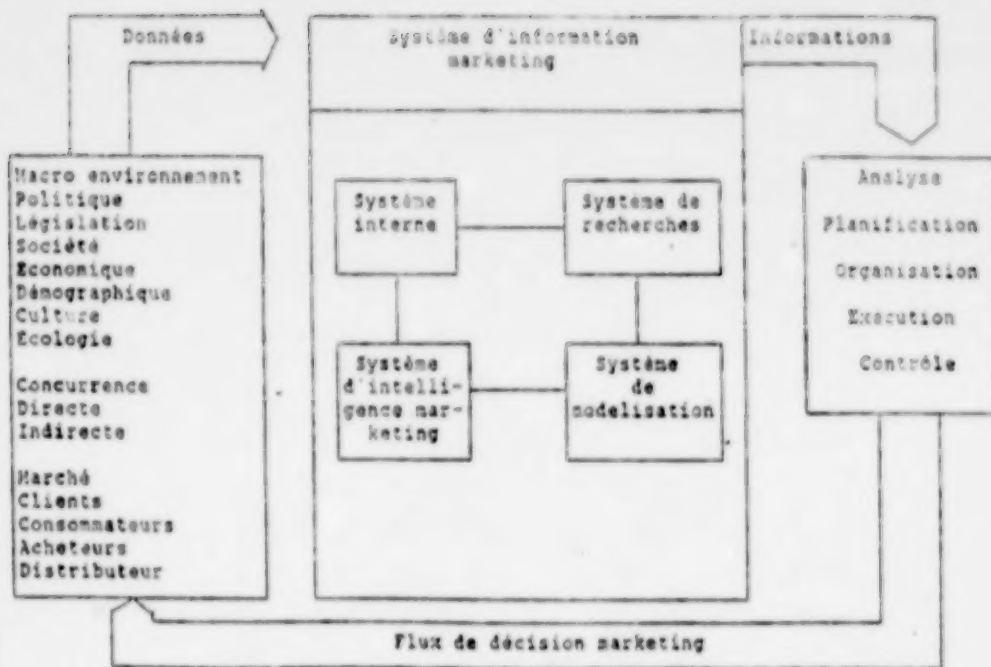
Système de modélisation mathématique: il est constitué d'un ensemble de techniques d'analyse de données et permet de faire des analyses plus poussées et des simulations.

Système de recherche en marketing: il permet d'identifier et d'apporter des solutions à des problèmes de marketing par la collecte systématique, l'analyse et l'interprétation d'informations pertinentes (Filiatrault, 1988, cours de marketing social et communication publique).

Le tableau 3 à la page suivante schématise les éléments d'un système d'information marketing.

TAB. LEAU 3

Les éléments d'un système d'information marketing



(Adapté de Kotler et Dubois, 1984, p. 174)

Nous allons maintenant examiner plus en détail le système de recherche en marketing car c'est en se basant sur ce dernier que nous avons mené notre investigation.

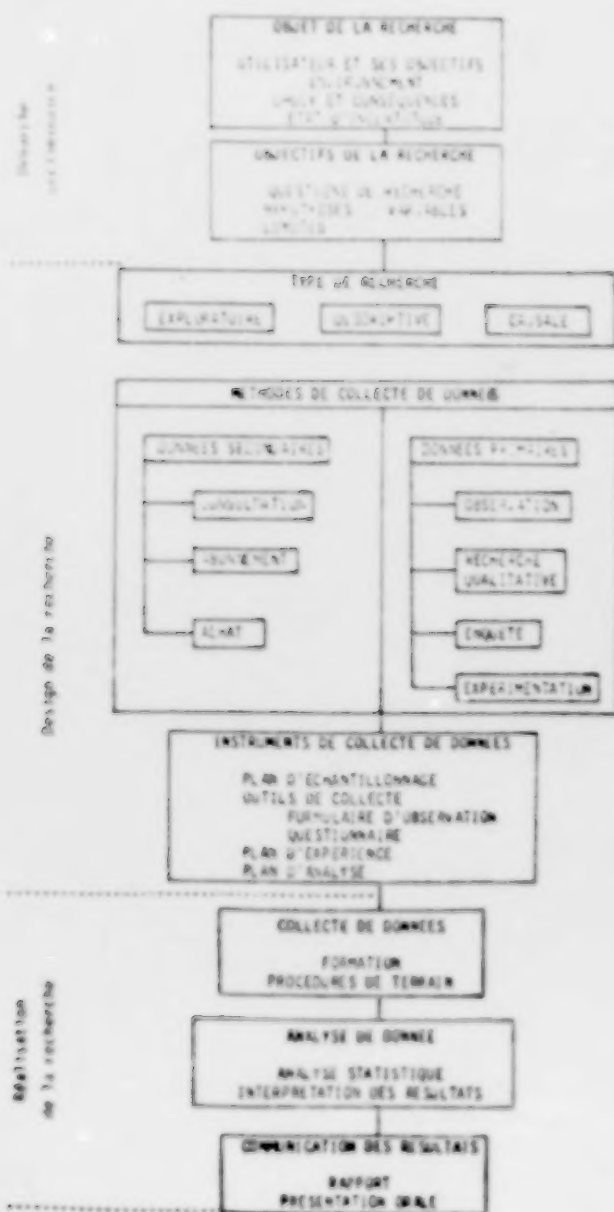
3.2 Le processus de recherche en marketing

Le processus de recherche en marketing est composé de trois parties:

- 1) la démarche préliminaire;
- 2) le design de la recherche;
- 3) la réalisation de la recherche.

Le tableau 4 (distribué lors du cours Marketing social et communication publique) à la page suivante permet de visualiser ce processus. Le lecteur remarquera que le pattern de recherche est similaire à celui qui est utilisé en psychologie ou en sociologie.

TAB. 4
Processus de la recherche en marketing



3.2.1 La démarche préliminaire

Le besoin de recherche en marketing survient lorsque le manager identifie un problème et a besoin d'information pour le solutionner. La démarche préliminaire consiste à identifier l'objet de la recherche, c'est-à-dire le but à atteindre et les objectifs de la recherche qui consistent en des énoncés précis de l'information requise. Quatre éléments composent l'objectif de la recherche: la question de recherche, la définition des variables, la formulation des hypothèses et les limites de la recherche.

La question de recherche permet de définir l'information spécifique requise pour solutionner le problème qui est l'objet de la recherche. Par exemple, elle peut être formulée ainsi: quels sont le profil, le mode de vie et les attitudes des étudiants du secondaire face au service offert par les Instituts de technologie agro-alimentaire?

Il est difficile mais essentiel de définir les variables. Ces dernières peuvent être externes (groupe de référence, classe sociale), contextuelles (mode de vie, cycle de vie) ou internes (attitudes, motivation).

C'est par la formulation d'hypothèses que le lien entre l'objet de la recherche et le design de recherche se fait. L'hypothèse est un énoncé qui sera réfuté ou supporté lors de la collecte de données.

Avant de passer au design de la recherche et pour terminer sur l'aspect démarche préliminaire, mentionnons qu'il est utile, afin de mieux cerner l'objectif de la recherche, d'en circonscrire les limites.

3.2.2 Le design de la recherche

Le design de la recherche englobe l'ensemble des méthodes, instruments et procédures de recherche utilisés pour recueillir et éventuellement analyser l'information nécessaire à la solution du problème: c'est l'étape de planification de la recherche. C'est à ce moment que doivent être défini le type de recherche, la ou les méthodes de collecte de données et les instruments de recherche.

3.2.2.1 Le type de recherche

On distingue trois types de recherche: exploratoire, descriptive et causale.

Parfois, l'information recueillie par une recherche exploratoire est suffisante pour résoudre un problème. Mais souvent elle sert plutôt à formuler précisément un problème, à développer des hypothèses, etc.: elle est donc un préalable à une recherche plus élaborée, le plus souvent descriptive.

La recherche descriptive est fréquente en marketing. Elle vise à décrire le profil ou les caractéristiques d'un groupe, à connaître les parts de marché, à mesurer les perceptions, attitudes et intentions. Les méthodes de recherche utilisées sont plus structurées que dans la recherche exploratoire. La relation que l'on cherche à établir entre diverses variables est, pour la recherche descriptive, plus formelle et souvent statistiquement significative.

Finalement, la recherche de type causale est la plus sophistiquée des trois. Elle vise l'identification de causes à effets entre deux variables. C'est par

l'expérimentation, en laboratoire ou sur le terrain, qu'elle prend sa pleine signification car cette méthode permet d'isoler les effets du changement d'une variable sur une autre.

La méthode de collecte de données et les tactiques de recherche découlent de cette première phase du design de la recherche.

3.2.2.2 Méthodes de collecte de données

Généralement, les auteurs identifient deux types de données: secondaires et primaires.

a) Les données secondaires

Elles proviennent de sources internes ou externes et ont comme caractéristiques de ne pas avoir été colligées pour résoudre le problème auquel on s'adresse. Les données secondaires internes, donc générées par l'organisation dans son fonctionnement, constituent les premières données à considérer: facilement accessibles, peu dispen-

dieuses, elles apportent assez souvent toute l'information nécessaire.

Les données secondaires de sources externes, sont accessibles par des publications, des rapports ou sous forme informatisée. Il existe une panoplie de sources à ce type de données colligées par la consultation, l'abonnement ou l'achat.

Même si les données secondaires manquent souvent de correspondance avec le problème spécifique à résoudre, il est fortement recommandé de commencer par les analyser avant d'entreprendre la collecte des données primaires.

b) Les données primaires

Les données primaires sont celles qui sont générées spécifiquement pour atteindre les objectifs d'une recherche. Différentes méthodes utilisées indépendamment ou en séquence permettent l'obtention de données primaires: l'observation, la recherche qualitative, l'enquête et l'expérimentation.

Il existe différentes façons de pratiquer l'observation qui est souvent la méthode la plus appropriée d'obtention de données primaires. Elle a l'avantage de fournir, avec un minimum de biais, un portrait objectif des comportements. Cependant, elle ignore totalement les besoins, les attitudes et les opinions des répondants.

Les recherches qualitatives peuvent être conduites en ayant recours à différentes méthodes d'investigation individuelles ou de groupes. C'est ainsi que l'on retrouve, entre autres, les entrevues individuelles en profondeur, les études de cas, les entrevues de groupe, etc.

Quant à l'enquête, elle permet l'étude de plusieurs variables tout en offrant la possibilité d'obtenir dans le cas d'échantillon probabiliste, des résultats représentatifs de toute une population à partir des données recueillies auprès d'une très petite partie de cette population. L'enquête est très utilisée en marketing pour faire de la recherche descriptive qui, nous l'avons déjà vu, vise à mesurer le niveau de connaissance ou de notoriété,

les perceptions, les attitudes, les comportements ou les intentions de comportement.

L'instrument généralement utilisé pour mener une enquête en recherche marketing est le questionnaire. Il existe deux principaux modes d'administration de questionnaire: par un intervieweur ou par le répondant lui-même.

Lorsque les services d'un intervieweur sont utilisés, le questionnaire s'administre généralement par une entrevue face à face ou par téléphone. L'enquête par la poste est très couramment utilisée dans les cas de questionnaires auto-administrés. C'est normalement la méthode qui est privilégiée lorsque le budget est limité, que l'information recherchée est relativement complexe et que la population échantillonnée ou recensée est dispersée sur un vaste territoire. Cependant, l'enquête postale entraîne souvent un taux initial de réponse faible qui peut engendrer un problème de validité. L'avantage monétaire peut être annihilé par les coûts qui découlent des rappels permettant d'atteindre un taux de réponse acceptable.

La dernière méthode d'obtention de données primaires est l'expérimentation. Lorsque réalisée correctement, l'expérimentation fournit au gestionnaire une information plus précise que les autres méthodes. En faisant varier les niveaux des variables indépendantes, elle en mesure l'effet sur des variables dépendantes tout en contrôlant les effets de variables exogènes.

L'effet de ces dernières est plus difficile à cerner lorsque l'on se réfère à l'expérimentation sur le terrain qu'à l'expérimentation en laboratoire.

Après avoir déterminé la ou les méthodes de collecte de données, il faut décider comment les données seront recueillies, c'est-à-dire quels instruments de recherche choisir.

3.2.2.3 Les instruments de recherche

Trois points doivent être pris en considération à cette étape: le plan d'échantillonnage, les outils de collecte et le plan d'analyse.

a) Le plan d'échantillonnage

Echantillonner c'est recueillir d'une petite partie, d'un sous-ensemble d'une population, de l'information valable pour la totalité de la population. Il faut donc que l'échantillon choisi représente bien l'ensemble de la population pour que les résultats soient valides.

C'est ainsi que les auteurs proposent deux grands groupes de méthodes d'échantillonnage: les méthodes probabilistes et les non-probabilistes. Il n'est pas dans notre intention d'élaborer sur ces méthodes. Nous dirons cependant qu'un échantillon probabiliste garantit à chaque membre de la population étudiée une chance égale, et non nulle de faire partie de l'échantillon. Cette méthode offre donc deux avantages majeurs: elle représente toute la population et grâce à l'utilisation de la statistique la marge d'erreur peut être connue.

Les méthodes probabilistes les plus connues sont l'échantillon aléatoire simple, aléatoire systématique, stratifié et par grappes.

Quant aux méthodes non-probabilistes, elles peuvent comporter des biais importants, sont moins précises et ne permettent pas d'extrapoler les résultats. Ce type d'échantillon est cependant moins cher et peut être utile dans une perspective exploratoire. Le jugement est privilégié lorsque des méthodes non-probabilistes comme l'échantillonnage raisonné, par quotas, boule de neige ou de convenance sont choisies.

Avant de dire quelques mots sur les outils de collecte, mentionnons qu'en recherche marketing, la taille de l'échantillon dépend de facteurs managériaux (coût, budget disponible, etc) et statistiques (marge d'erreur souhaitée, précision, taux de non-réponse attendu, etc).

b) Les outils de collecte

Il va de soi que les recherches réalisées par observation nécessitent l'utilisation de formulaire d'observation. Le questionnaire, d'autre part, demeure l'outil privilégié dans le cas de

nombreuses recherches exploratoires et d'études descriptives basées sur des enquêtes.

Un questionnaire peut comporter des questions ouvertes (les plages de réponses consistent en des espaces libres) ou fermées (les réponses sont prédéterminées). Une recherche exploratoire est menée à terme normalement par des questions ouvertes alors que les questions fermées se prêtent bien à une recherche descriptive. Nous avons élaboré des questionnaires qui renfermaient les deux types de questions. Nous croyons donc utile d'apporter quelques précisions.

Les questions ouvertes, quoique plus difficiles à codifier, génèrent beaucoup d'information alors que les questions fermées facilitent le traitement et l'analyse mais permettent peu de nuances. Tous les auteurs s'accordent pour avancer que les questions ne doivent pas orienter les réponses et qu'elles doivent être faciles à comprendre. Finalement, il faut suivre un ordre logique dans les questions et garder pour la fin les questions délicates ou confidentielles et les données personnelles: l'objectif étant de ne pas susciter de réaction

émotionnelle qui influencerait le reste des réponses.

c) Le plan d'analyse

Pour s'assurer d'atteindre les objectifs de recherche, il faut faire un plan d'analyse décrivant comment les données seront traitées pour que les résultats soient les plus utiles.

C'est sur ce point que se termine l'exposé sur le design de la recherche, importante partie du processus de recherche en marketing. Nous abordons brièvement la troisième et dernière partie du concept.

3.2.3 La réalisation de la recherche

Trois étapes distinctes peuvent être identifiées dans cette dernière partie du processus de recherche en marketing: la collecte de données, l'analyse des données, la communication des résultats.

3.2.3.1 La collecte de données

Même si les étapes des deux premières parties sont rigoureusement suivies, les données obtenues peuvent ne pas refléter la réalité. Cette éventualité peut se produire pour différentes raisons.

Ainsi, l'enquêteur peut ne pas avoir reçu une formation adéquate et donc ne pas maîtriser suffisamment le questionnaire, ne pas savoir comment se présenter ou ne pas être en mesure de répondre aux commentaires ou questions des répondants. De plus, l'interviewer doit savoir quoi faire dans les cas d'absence, de refus de collaboration, etc.

Il importe aussi d'exercer un contrôle sur les enquêteurs de façon à voir si des erreurs ne proviennent pas de mauvais enregistrement des réponses ou si l'enquêteur ne triche pas.

3.2.3.2 L'analyse des données

C'est à cette étape qu'il faut interpréter les résultats afin de tirer des conclusions et faire des recommandations.

C'est à ce moment que le statisticien vient à l'aide du chercheur. Après avoir complété la codification et choisi le logiciel pour l'analyse de données, la démarche d'analyse statistique débute. Celle-ci peut être très simple ou très complexe.

L'interprétation des résultats est un art qui nécessite la connaissance du marché en plus de la statistique. Il faut garder à l'esprit que le manager recherche de l'information utile à la prise de décision.

3.2.3.3 La communication des données

Nous voici rendus à la fin du processus de recherche en marketing: c'est le moment où il faut communiquer les résultats au manager. Le rapport écrit doit mettre en évidence les résultats qui réduisent l'incertitude tout en facilitant la prise de décision. Le style du rapport

doit faciliter la compréhension de l'analyse des résultats et des implications pour la décision et l'action.

voilà qui termine la description des trois parties du processus de recherche en marketing. nous abordons maintenant le chapitre suivant qui porte sur la méthodologie privilégiée.

CHAPITRE 4
LA DÉMARCHE MÉTHODOLOGIQUE

4. LA DEMARCHE METHODOLOGIQUE

4.1 Pour cerner le contexte

Dans un premier temps, nous avons consulté des documents tels les rapports de comité d'étude, le rapport annuel de la Direction de l'enseignement en agro-alimentaire et quelques documents promotionnels récents. Nous avons aussi tenu des rencontres, des entrevues semi-structurées avec notre mandataire et quelques personnes œuvrant dans les Instituts.

Ces démarches ont permis de mieux comprendre le contexte qui prévalait lors de la création des Instituts et la situation organisationnelle actuelle. Elles ont été particulièrement utiles lors de la rédaction des deux premiers chapitres.

4.2 Pour mieux connaître le processus de recherche en marketing

Il existe un grand nombre d'ouvrages qui portent partiellement ou totalement sur le processus de recherche en marketing. Nous n'avons pas la prétention d'avoir fait une revue exhaustive de la littérature sur ce point: ce n'était d'ailleurs pas le but de cette recherche.

Cependant, nous avons appliqué plusieurs composantes du modèle de recherche en marketing exposé au chapitre précédent pour atteindre les objectifs de notre étude. De plus, la conception du troisième chapitre est fondée essentiellement sur les notes de cours et les ouvrages suivants: Kotler, P., Mc Dougall, G., Ricard, J. (1985) Principes de marketing, Lovelock, C.H., Weinberg, C.B. (1984) Marketing for public and non profit managers.

4.3 Pour atteindre les objectifs spécifiques de l'étude

Nous avons déjà mentionné, au deuxième chapitre, quatre objectifs spécifiques de l'étude. Pour atteindre ces objectifs qui visent à produire l'information requise à l'élaboration des recommandations destinées à solutionner le problème, nous avons appliqué en l'adaptant à nos besoins le processus de recherche en marketing.

Ainsi, pour examiner l'évolution des demandes d'admission dans les Instituts par rapport à celle des autres CEGEPS nous avons conduit une recherche exploratoire basée sur l'examen de données secondaires recueillies tant auprès des Instituts que des services régionaux d'admission du Montréal métropolitain et de Québec. Les informations obtenues ne portent

que sur les institutions membres de ces deux Services régionaux d'admission.

Notre deuxième objectif a été atteint à l'aide de l'entrevue semi-structurée avec le président du Canadian Association of Diploma in Agriculture Program (CADAP) qui oeuvre au Collège McDonald au Québec, la consultation de quelques documents provenant de cette Association et celle de brochures publicitaires émanant d'écoles d'agriculture de d'autres provinces. Les données secondaires recueillies nous ont permis de confirmer les hypothèses précitées.

Le troisième objectif spécifique du projet consiste à colliger de l'information essentiellement sur quatre points:

- 1° la notoriété des Instituts et des carrières de technologistes en agro-alimentaire auprès des élèves et des intervenants en information scolaire du secondaire;
- 2° la perception qu'ont les étudiants de ces carrières selon des intervenants en information scolaire;

- 3° l'impression que ces derniers ont sur des aspects tels la possibilité d'emploi et le matériel d'information relié à ces carrières;
- 4° Le profil socio-culturel de ces mêmes intervenants en information scolaire.

Deux enquêtes ont été effectuées avec des sources d'information primaires. La plus simple, dont les résultats ne sont pas statistiquement valables puisque l'échantillon retenu est un échantillon de convenance, est une recherche exploratoire effectuée auprès de 50 élèves du secondaire en visite au Salon de la Science, Éducation et Technologie qui a eu lieu au vélodrome Olympique, à Montréal, du 13 au 19 octobre 1968. Le lecteur trouvera à l'annexe IV copie du questionnaire utilisé pour mener cette mini-enquête. Les données très simples ont été compilées de façon manuelle.

Quant à l'autre questionnaire, il a été adressé à huit cent vingt (820) intervenants en information scolaire évoluant au niveau secondaire. Nous n'avons pas eu à choisir d'échantillon probabiliste, puisque nous avons conduit un référendum. La liste fournie par les Instituts a été épurée de façon à ce que le conseiller en orientation qui œuvre dans plusieurs écoles secondaires ne reçoivent qu'un seul questionnaire. Ce

dernier comportait des questions fermées à choix multiples et deux questions ouvertes.

La réponse à chaque question de chacun des questionnaires reçus a été codifiée pour être traitée informatiquement. Les réponses aux questions ouvertes (numéros 7 et 11) ont été recodifiées manuellement. Les 820 enveloppes qui ont été adressées les 7 et 11 octobre 88 contenaient chacune une lettre de présentation, une copie du questionnaire (voir annexe IV) et une enveloppe de retour pré-adressée. Au moment où les réponses ont été transmises pour traitement le 1er novembre 88, nous avons reçu 344 réponses, c'est-à-dire un taux de réponse de quelque 42 %, ce qui, en théorie est considéré comme très satisfaisant dans le cas d'un questionnaire postal.

Aucun rappel n'a été effectué pour augmenter ce taux de réponse: notons que nous avons reçu une trentaine de réponses depuis le 1er novembre (certaines nous sont parvenues en milieu de décembre) même s'il était indiqué sur le questionnaire de le retourner au plus tard le 22 octobre 88.

Avant d'être mis à la poste, ce questionnaire a subi plusieurs modifications au niveau du fond mais surtout au niveau de la forme. Deux spécialistes de la Direction de la

commercialisation du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation l'ont révisé. De plus, le personnel de la D.E.A., de l'Institut de Saint-Hyacinthe ainsi que deux conseillers en orientation, un qui évolue en milieu privé et un autre qui oeuvre dans une grande polyvalente du secteur public lui ont apporté certaines modifications.

Ces précautions ont permis de préciser le questionnaire et d'accroître ainsi le niveau de compréhension des répondants à l'égard de chacune des questions.

Le traitement informatique a facilité la compilation des réponses à chaque question et a permis le croisement de certaines réponses pour scutirer de précieuses données qui n'émergeaient pas spontanément des réponses propres à chaque question.

Enfin, le quatrième objectif a été atteint, suite à des rencontres avec du personnel des Instituts, de l'Association des technologistes et de conversations téléphoniques avec certains employeurs importants. A ce stade, cette section pourrait faire l'objet d'un projet d'intervention. Nous

nous sommes donc limités à une étude exploratoire, suffisante cependant pour confirmer que le marché est limité mais non saturé et que les employeurs sont satisfaits du travail des finissants des Instituts.

4.4 En regard des limites de l'étude

Les limites de notre projet d'intervention sont de plusieurs ordres.

Premièrement, nous nous sommes limités à un nombre restreint de questions dans l'optique de ne pas "décourager" les répondants et à une analyse informatique des plus simples sans utilisation de tests statistiques complexes en raison des coûts de traitement entraînés par une telle opération.

Deuxièmement, nous avons obtenu un taux de réponse très satisfaisant pour un questionnaire postal. Mais qu'en est-il de ceux qui n'ont pas répondu? Nous devons présumer que leurs connaissances et attitudes sont comparables à ceux qui ont répondu (il est advenu que ceux qui s'abstiennent ont souvent moins d'intérêt et de connaissance du sujet et sont donc plus susceptibles d'avoir des perceptions erronées).

Finalement, certaines démarches qui auraient pu déboucher sur des informations utiles (sondage statistiquement valable auprès d'étudiants du secondaire V répartis sur l'ensemble du territoire, interview d'un plus grand nombre d'employeurs et de technologistes en situation de travail, etc.) n'ont pas été réalisées en raison des contraintes de temps et d'argent.

Le problème, le cadre conceptuel et la méthodologie ayant été précisé, le temps est maintenant venu de passer à l'analyse des données.

CHAPITRE 5
ANALYSE DES DONNÉES

5. ANALYSE DES DONNÉES

Nous arrivons à l'étape de l'analyse des données. Nous conduirons celle-ci en fonction de chacun des objectifs spécifiques que nous examinerons tour à tour.

5.1 L'évolution des demandes d'admission

Avant de présenter les données recueillies auprès des Services régionaux du Montréal Métropolitain et de Québec respectivement le SRAM et le SRAQ, il convient d'apporter certaines précisions. Le SRAM dessert 24 établissements collégiaux depuis deux ans. Auparavant, il en desservait 23. Nous avons donc augmenté de 1 700 les demandes et de 1 600 les admissions pour les années 1984, 1985 et 1986. Selon monsieur Pierre de Passillé du SRAM, ces chiffres ne sont pas précis mais ce sont ceux qui se rapprochent le plus de la réalité tout en prévenant une distorsion entre les données comprises dans la période 1984 à 1986 et celles de 1987 et 1988.

Il importe aussi de mentionner qu'il existe un système à trois tours où l'étudiant qui n'est pas admis au premier tour peut se représenter à un tour subséquent. Une forte majorité de candidats est acceptée au premier tour. L'étudiant qui

n'est accepté qu'au troisième tour est toujours considéré comme n'ayant fait qu'une demande d'admission. Les demandes sont faites au printemps (début mars à juin) pour la rentrée qui s'effectue normalement fin août. Les chiffres (fournis par Pierre de Passillé du SRAM et Marius Cyr du SRAQ) du tableau 5 ci-bas n'incluent pas ce qu'il est convenu d'appeler les fins de candidature où un très petit nombre d'étudiants s'inscrivent directement aux institutions durant l'été.

Cette mise au point étant faite, nous procédons à l'analyse des données.

TABLEAU 5

Demande d'admission au SRAM et au SRAQ
pour les années 1984-1988

Année	SRAM	SRAQ	TOTAL
1984	47 104	14 905	62 009
1985	47 371	15 106	62 477
1986	48 795	15 002	63 797
1987	44 886	14 372	59 258
1988	43 673	13 917	57 590

Nous constatons donc une tendance à la baisse des demandes d'admission auprès de ces deux organismes qui représentent 32 institutions (24 pour le SRAM et 8 pour le SRAQ). De fait, il y a eu croissance de 1984 à 1986 et renversement de la tendance au cours des deux dernières années.

La diminution entre 1984 et 1988 est de 4 418 demandes ou de 7,1 %. Nous anticipons une diminution plus forte des demandes d'admission: les experts du milieu attribuent cette baisse, qui est somme toute relativement faible si l'on tient compte de l'évolution démographique du Québec, au fait que plusieurs étudiants, déjà de niveau collégial, se réorientent et reformulent une demande à un service régional d'admission.

Les données présentées ci-haut n'englobent pas l'ensemble des demandes d'admission; la totalité des institutions privées, un certain nombre de collèges publics éloignés de Montréal ou Québec et les collèges anglophones n'utilisent pas le SRAM ou le SRAQ. Les données retenues sont cependant suffisantes pour indiquer clairement la tendance au niveau provincial. Voyons maintenant ce qu'il en est pour les deux Instituts.

Durant la même période, les demandes d'admission aux deux Instituts se profilent comme l'indique le tableau 6 (données fournies par la DEA et les Instituts.).

TABLEAU 6

Demande d'admission pour l'ensemble
des programmes de technologistes en agro-alimentaire

Année	La Pocatière	Saint-Hyacinthe	Total
1984	336	460	796
1985	255	407	662
1986	209	382	591
1987	159	358	517
1988	141	335	476

La situation aux Instituts est donc fort différente de celle du SRAM et du SRAQ. Dans ce dernier cas, nous l'avons vu, la diminution est de 7,1 % alors que pour les Instituts elle est de 40,2 %. L'attrait exercé par les carrières de technologistes en agro-alimentaire semble de moins en moins fort puisque sur une période de cinq ans, le pourcentage de diminution des demandes d'admission est cinq à six fois plus grand pour ces carrières que pour la totalité des choix offerts par les institutions membres du SRAM et du SRAQ.

Cependant, il faut noter qu'entre 1986 et 1988 les demandes d'admission au SRAM et au SRAQ sont passées de 63 797 à 57 590 soit une diminution de quelque 9,7 % alors que les demandes d'admission aux Instituts passaient de 591 à 476, diminuant d'environ 19,5 %. Le pourcentage de diminution des demandes d'admission aux Instituts pour cette période est donc seulement deux fois plus grand que celui de l'ensemble des demandes faites auprès des institutions desservies par le SRAM et le SRAQ. Les efforts promotionnels consentis au cours de la dernière année ont-ils donné des résultats? Il est trop tôt pour l'affirmer.

Nous avons présenté des données globales par Institut pour ne pas égarer le lecteur sous une avalanche de chiffres. Les données par programme de formation sont aussi disponibles et permettent de constater qu'aucun programme n'est épargné quoiqu'ils ne soient pas tous également touchés.

Chiffre à l'appui, nous pouvons donc affirmer que la diminution des demandes d'admission est beaucoup plus forte aux Instituts que pour l'ensemble des institutions collégiales. Quant aux admissions, toujours pour les années 1984 à 1988 elles sont respectivement de 340, 310, 334, 322 et 294 donc en baisse de 13,2 % durant la période de référence. Le pourcentage d'étudiants admis a donc augmenté considéra-

blement au cours des dernières années. Il ne faut toutefois pas conclure que la qualité des étudiants admis s'est automatiquement détériorée. Par ailleurs, certains intervenants dans les Instituts, en viennent à cette conclusion.

Notons que cette désaffectation n'est pas reliée à l'absence de débouchés puisque plus de 90 % des finissants ont un emploi en terminant leurs études. De fait, le personnel des Instituts est unanime à dire que tous ceux qui veulent vraiment travailler à la fin de leurs études trouvent un emploi. Nous allons maintenant vérifier si ce phénomène de démobilisation envers l'agro-alimentaire se produit aussi à l'extérieur du Québec.

5.2 La situation à l'extérieur du Québec

Les institutions hors Québec n'ont pas fait l'objet de visites formelles. Cependant, nous avons rencontré, au collège McDonald, le président de la Canadian Association of Diploma in Agriculture Programs (CADAP), organisation qui regroupe dix-neuf écoles d'agriculture du Canada (Annexe V)

et consulté une douzaine de brochures publicitaires émanant de l'une ou l'autre de ces écoles.

Une première difficulté d'interprétation des données origine dans la mission de ces différentes institutions. En effet, il n'y a pas concordance exacte des programmes entre ces différents collèges et les Instituts. Tous offrent des programmes de formation d'exploitants agricoles. D'autres offrent, en plus, des programmes semblables à certains des programmes de technologistes offerts au Québec. Enfin, quelques-uns offrent des programmes permettant de devenir "home economist" ou d'acquérir une spécialisation en nutrition. Il faut donc être prudent en interprétant les données secondaires relatives à ces institutions.

Le graphique A indique une tendance à la baisse des inscriptions à des programmes de formation d'exploitants agricoles au Canada et une stabilisation des inscriptions aux autres programmes offerts par ces collèges.

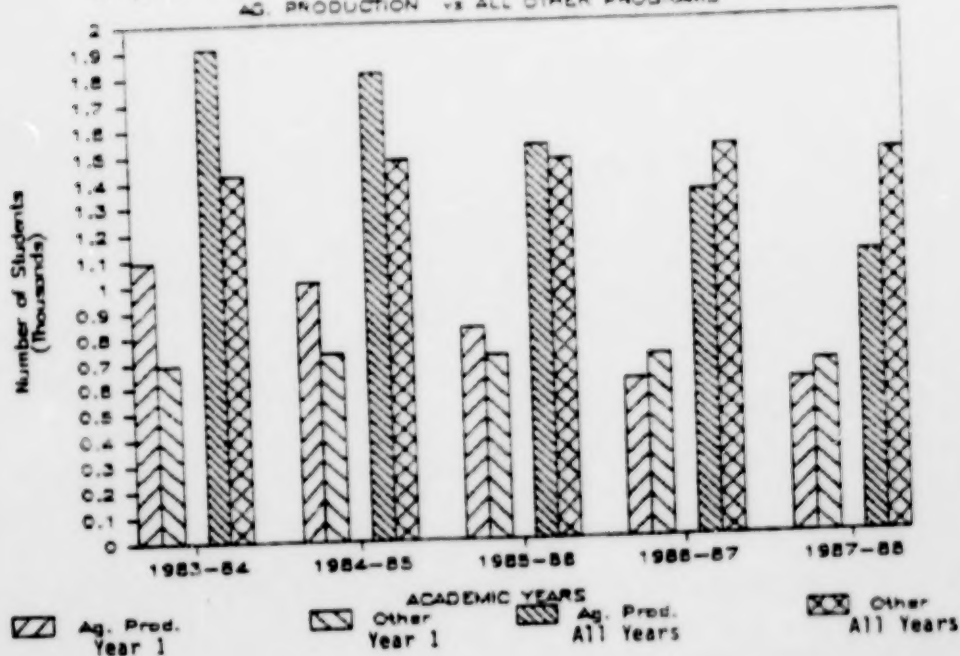
Notons que ce graphique tient compte des inscriptions: celles-ci ne font que commencer à diminuer dans le cas des programmes de formation de technologistes en agro-alimentaire au Québec. Il faut se rappeler qu'il n'en va pas

de même des demandes d'admission qui, elles, ont déjà considérablement diminuées.

GRAPHIQUE A

Inscription - programme de formation d'exploitants agricoles
vs les autres programmes de formation offerts par les membres du CADAP

Diploma in Agric. Enrolment Trends AG. PRODUCTION VS ALL OTHER PROGRAMS



Un consensus, à l'effet que le phénomène observé n'est pas confiné au Québec, se dégage de toutes les discussions que nous avons eues sur ce sujet. Le phénomène de désintéressement envers la formation agricole est ressentie dans l'ensemble de l'Amérique du Nord. La tendance, quoique moins prononcée, va dans le même sens en ce qui a trait au programme de formation de technologistes en agro-alimentaire. Pour pouvoir avoir des chiffres précis, il faudrait les comparer avec l'évolution démographique des différentes provinces ou États et tenir compte des programmes spécifiques qui sont offerts: cette recherche dépasse le cadre de notre projet.

5.3 Les perceptions face aux carrières de technologistes en agro-alimentaire

5.3.1 Selon les données recueillies auprès d'étudiants

Les données dont il est fait mention ci-bas ont été recueillies auprès d'étudiants du secondaire à l'aide d'un court questionnaire que nous avons administré en octobre 1988 au Vélodrome Olympique lors de la tenue du Salon de la Science, l'Éducation et la technologie.

Ce questionnaire exploratoire nous aura permis de confirmer ou d'infirmer certaines hypothèses. Ainsi, 82 % (41 sur 50) des étudiants interrogés disent n'avoir jamais entendu parler des Instituts avant d'arriver au kiosque, 16 % tout en admettant que c'est plutôt vague, disent avoir déjà entendu le terme Institut de technologie agro-alimentaire ou ITA et un seul étudiant est formel disant qu'il connaît les Instituts.

Les données recueillies confirment que les Instituts sont très peu connues par les étudiants du secondaire. La grande majorité de ceux qui les connaissent les connaissent peu. Les circonstances dans lesquelles ceux qui en ont entendu parler sont: un cousin y a étudié⁽²⁾, une émission à la télévision⁽²⁾, la visite de l'exposition de Saint-Hyacinthe⁽¹⁾, par mon père⁽¹⁾, le cours choix de carrière⁽¹⁾, un autre étudiant⁽¹⁾ et ne sais pas⁽¹⁾.

D'autre part, 90 % des étudiants interrogés sont spontanément capables de nommer au moins une autre institution de niveau collégial.

A la quatrième question: "Que signifie pour toi le terme agro-alimentaire?", 30 % des étudiants ont dit aliments, 22 % agriculture et alimentation, 8 % agriculture, 6 % ne savaient

pas. Les autres réponses tournent autour des termes agriculture et alimentation et sont formulées comme suit: nourriture qui pousse, alimentation des animaux, étude de comment les gens mangent, recherche sur les aliments, étude de ce qui est agricole, etc.

Notre hypothèse était que les adolescents interviewés dont la moyenne d'âge s'établissait autour de 15 ans, étaient capables de fournir spontanément une réponse à peu près complète. De fait, certains l'ont fait mais plusieurs ont dû être invités à réfléchir après avoir répondu: "Je ne sais pas". Suite à quelques hésitations, ils formulaient souvent une réponse dont la teneur s'approchait de la réalité.

Les réponses à la question suivante ont infirmé nos hypothèses. La presque totalité des étudiants interrogés originaient de milieux urbains et nous nous attendions à ce que ceux-ci associent provenance rurale et fréquentation des Instituts. De fait, 86 % ont dit que la provenance n'avait pas d'importance, 4 % disent qu'il faut être issu de régions rurales et 10 % pensent que "ça aiderait d'avoir été élevé en campagne".

Le lecteur intéressé pourra consulter à l'annexe VI quelques données concernant le profil des étudiants de l'échantillon:

âge, sexe, niveau de scolarité et endroit où l'école est située.

Donc, dans une proportion de plus de 80 %, les étudiants de l'échantillon n'ont jamais entendu parler des Instituts ont très souvent une idée incomplète de la signification du terme agro-alimentaire et considèrent dans une proportion de près de 90 % qu'il n'est pas nécessaire d'avoir des racines terriennes pour fréquenter les Instituts. Cet échantillon de convenance nous empêche d'effectuer une extrapolation valable de ces résultats. Il en va autrement avec ceux du second questionnaire.

5.3.2 Selon les données recueillies auprès d'intervenants en information scolaire

Selon les réponses obtenues au questionnaire qui leur était destiné, les intervenants en information scolaire connaissent, dans une proportion de près de 95 %, bien ou très bien l'existence et le rôle des Instituts (326 réponses sur 344) et ce avant de lire la lettre d'introduction qui accompagnait le questionnaire. Considérant que nous nous adressons à des professionnels qui pour la plupart travaillent depuis plusieurs années dans le milieu et que les Instituts ont posé

des gestes pour se faire connaître, la teneur de cette réponse n'étonne pas.

Cependant, environ 42 % des répondants affirment ne fournir que rarement de l'information sur les carrières de technologistes en agro-alimentaire alors que 50 % le font assez souvent, c'est-à-dire à peu près comme pour la moyenne des autres techniques. Seulement 5 % répondent fournir souvent cette information. Il est important de souligner que "assez souvent" correspond à "comme pour la moyenne des autres techniques" et ne signifie pas que l'intervenant en information concerné parle régulièrement de ces carrières.

Nous constatons que les services offerts par les Instituts manquent de visibilité. Ce n'est pas un service vedette dont les intervenants en information scolaire font la promotion. Or, nous sommes conscients de l'influence qu'exerce l'étalage sur le comportement du consommateur: il s'effectue beaucoup plus de transactions, d'échanges lorsqu'un produit se retrouve dans un étalage de masse que lorsqu'il occupe un espace restreint dans un endroit difficilement visible. Pourquoi les carrières de technologistes en agro-alimentaire occupent-elles une place comparable à celle des autres techniques dans seulement 50 % des cas?

Les données recueillies à partir des réponses à la troisième question vont dans le même sens que celles de la question précédente. Ainsi, les intervenants donnent de leur propre chef, de l'information sur les carrières qui nous intéressent dans seulement 15 % des cas alors que 37 % le font suite à une demande formulée par un ou plusieurs étudiants. 42 % des répondants ont transmis de l'information à la fois parce qu'ils voulaient le faire et parce qu'ils ont reçu une demande des élèves en ce sens.

Les carrières offertes par les Instituts ne sont pas privilégiées par les intervenants en information scolaire puisque ce sont plus souvent les élèves que les intervenants eux-mêmes qui initient la communication sur celles-ci.

La quatrième question suggérait quelques moyens par lesquels les répondants avaient pu être informés des possibilités de carrières de technologistes en agro-alimentaire. Plusieurs ont répondu en cochant plus d'une réponse signifiant par là qu'ils ont été sensibilisés de plus d'une façon: nous avons enregistré 570 réponses.

Plus de 86 % des répondants (295) indiquent que la documentation consultée alors qu'ils étaient en fonction fut une source d'information. Les représentants des Instituts et les

systèmes informatisés constituent deux autres sources importantes d'information pour les intervenants en information scolaire avec environ 18 % des réponses dans chacun des cas. Notons que la majorité de ceux qui ont indiqué une autre source que celles qui ont été suggérées par le questionnaire ont précisé qu'il s'agissait d'une visite organisée à l'un des Instituts.

Quant aux réponses à la cinquième question, elles nous ont quelque peu surpris. En effet, les Instituts ont l'exclusivité des cours de formation de technologistes en agro-alimentaire: il serait donc normal de toujours associer l'un ou l'autre des Instituts en pensant à ces formations. Plus de 61 % des répondants l'ont d'ailleurs fait. Mais le tiers des répondants ne font cette association que la plupart du temps et 4 % que rarement.

Que faut-il conclure de ces données? Que certains répondants ont confondu les programmes de formation de technologistes et celui de gestion et exploitation d'entreprise agricole (GEEA) qui est dispensé aux Instituts et dans six autres CEGEPS, que quelques répondants connaissent mal les Instituts et les programmes qui y sont offerts, que d'autres pensent à des programmes offerts dans certains CEGEPS et dont la teneur se rapproche de celle des programmes de formation des tech-

nologistes en agro-alimentaire (d'une part les Institutions sont à la recherche d'étudiants, d'autre part les CEGEPS relevant du MESS peuvent bénéficier de subventions lorsqu'ils regroupent 15 élèves dans un même cours: la combinaison de ces deux constatations incitent les CEGEPS à mettre sur pied des cours qui peuvent présenter une similarité avec ceux que dispensent les Instituts).

Les questions six et sept sont intimement liées puisque la première demandait aux répondants de caractériser la perception des étudiants sur les carrières de technologistes en agro-alimentaire alors que la seconde est une question ouverte où le répondant est invité à tenter d'expliquer cette perception.

Près de 58 % des répondants considèrent que la perception des étudiants face à ces carrières est neutre. Plus de 17 % la considèrent positive et plus de 21 % négative. Selon les répondants, il y a donc plus d'étudiants qui ont une perception négative qu'une perception positive: pourquoi? Et pourquoi tant d'étudiants ont-ils une perception neutre?

La septième question est une question ouverte où les répondants sont invités à expliquer cette perception. Remarquons dans un premier temps que 52 répondants n'ont rien écrit, ce

qui laisse 292 répondants. De façon à mieux les interpréter, les réponses ont été regroupées en treize rubriques qui sont présentées en ordre décroissant ci-dessous.

TABLEAU 7

Classification décroissante des réponses à la
question ouverte numéro sept

		Nombre	%
1-	Les étudiants associent technologistes avec fermiers et agriculture.	66	22,60
2-	Ce sont des carrières peu connues des étudiants qui manquent d'information et manifestent peu d'intérêt.	64	21,92
3-	Nous sommes en milieu urbain où les élèves visent l'université et manifestent peu d'intérêt pour l'agro-alimentaire qu'ils associent à l'agriculture.	24	8,22
4-	Ce sont des carrières qui se retrouvent peu ou pas dans notre région (Abitibi, Côte Nord, etc.), ce qui fait que les étudiants n'ont pas de modèle.	21	7,19
5-	Le milieu socio économique de la région est très près de l'agriculture.	20	6,85
6-	Ces carrières sont moins prestigieuses que d'autres, peu valorisées, peu payantes et sises en milieu rural.	15	5,14
7-	Les centres de formation sont éloignés et les pré-requis (sciences) sont rebutants.	14	4,79

8-	La perception est positive pour ceux qui intéressent.	14	4,79
9-	Ce sont des carrières qui offrent de bonnes possibilités d'emploi.	10	3,42
10-	Ces carrières sont perçues au même titre que les autres carrières.	9	3,08
11-	Ce sont des carrières qui intéressent nos étudiants: ils n'y sont pas négatifs	8	2,74
12-	La perception est plutôt négative sauf pour les enfants d'agriculteurs.	8	2,75
13-	Réponses non classifiées	<u>19</u>	<u>6,51</u>
TOTAL		292	100,00

Donc, selon les répondants, une forte partie des élèves associent directement technologistes en agro-alimentaire et agriculteurs: d'ailleurs, certaines réponses nous portent à croire qu'il en est de même pour quelques intervenants en information.

Les élèves en provenance d'un milieu rural sont plus attirés, selon les répondants, par ce type de carrière que ceux issus de milieu urbain qui les connaissent très peu et ne s'y intéressent pas. Cette perception se retrouve dans quelques unes des réponses regroupées que nous avons compilées: elle se marie mal aux résultats du sondage effectué

auprès de 50 étudiants et dont nous avons déjà analysé les résultats. Nous reviendrons sur cette question un peu plus loin et croiserons les résultats avec ceux de la sixième question. Retenons que ces données révèlent un besoin d'information car la perception ne correspond pas toujours à la réalité.

Quant à la huitième question, elle vise à vérifier si les intervenants en information ont une connaissance exacte des taux de placement pour l'ensemble des onze programmes de formation de technologistes.

Nous croyons en effet que si un type de carrière présente de fortes possibilités d'emploi et que les intervenants en information scolaire le savent ils seront plus enclins à proposer ces carrières aux étudiants. En ce qui a trait aux carrières de technologistes en agro-alimentaire, le taux de placement de l'an passé (printemps '88) a été supérieur à 90 % (environ 94 %) et certains membres des Instituts avancent que tout finissant réellement désireux de trouver un emploi est assuré de travailler dès la fin de ses études. A la question sept, dix répondants ont d'ailleurs attribué la perception positive des étudiants au fait que ce sont des carrières qui offrent de bonnes possibilités d'emploi.

Mais à la question huit, seulement quelques 20 % des répondants ont situé le taux de placement à plus de 90 %. Près de 44 % le situe entre 81 et 90 %. Plus de 36 % des répondants ont donc une perception plutôt éloignée de la réalité (plus de 20 % croient que le taux de placement va de 71 à 80 %, plus de 11 % le situe entre 51 et 70 %) ou n'ont pas répondu. Il y a donc un besoin d'information qui existe sur cet aspect aussi.

La neuvième question, qui porte sur la disponibilité du matériel d'information, se divise en deux pour permettre de recueillir de l'information autant sur l'aspect qualitatif que sur l'aspect quantitatif de l'information disponible.

Près de 79 % des 344 répondants considèrent disposer d'information en qualité et en quantité suffisante. Notons qu'une brochure de prestige intitulée "La technologie, un pari d'avenir", dont l'objectif est de mieux faire connaître les Instituts et les carrières de technologistes en agro-alimentaire a été lancée à Québec et à Montréal en novembre 1988 tout juste à la suite de cette enquête. Les données colligées n'ont donc pas été influencées par cette publication. L'analyse des données recueillies à partir des réponses aux questions précédentes laisse croire que certains répondants manquent d'information. Or, 79 % de ceux-ci

considèrent disposer de suffisamment d'information et ce tant qualitativement que quantitativement.

Près de 13 % des répondants affirment que le matériel dont ils disposent est qualitativement insuffisant alors que ce pourcentage est de 15 pour l'aspect quantitatif. Finalement, plus de 6 % avouent ne pas savoir si le matériel est qualitativement suffisant et 3 % des répondants ne savent pas si ce matériel est quantitativement suffisant.

Le tableau 8 présente les données concernant le profil socio-démographique des répondants.

TABLEAU 8

Profil socio-démographique des répondants

				Réponse rejetée ou non réponse
Sexe	F:	99	M:	1
Origine du milieu familial:	Urbain:	192	Rural:	
Milieu de travail:	Urbain de plus de 20 000 habitants:	187	Rural ou urbain de moins de 20 000 habitants:	154 3
Secteur:	Public:	290	Privé:	52 2

La dernière question est ouverte et incite les répondants à fournir d'autres informations qu'ils considèrent pertinentes. A l'instar de la septième question, nous avons codifié les réponses obtenues (94): voici les résultats:

- 24 répondants suggèrent plus de publicité et une plus grande vulgarisation des programmes et des emplois disponibles pour changer les perceptions et démystifier l'agro-alimentaire en général.
- 21 répondants suggèrent plus spécifiquement l'utilisation de vidéos pour atteindre ces mêmes objectifs.
- 10 intervenants en information considèrent que les prérequis sont sévères et que l'éloignement des centres de formation est un autre frein.
- 8 intervenants croient que les élèves associent les technologistes en agro-alimentaire à l'agriculture (quelques répondants le font aussi).
- 6 répondants se sentent mal placés pour répondre à ce questionnaire ou affirment que le questionnaire les a incité à réfléchir sur l'agro-alimentaire.

- 6 répondants écrivent que la coopération offerte par les Instituts est excellente.

Les répondants croient qu'il n'y a pas d'intérêt de la part de leurs étudiants.

- Finalement, les réponses de 12 personnes n'ont pas été classifiées.

Nous avons examiné les réponses à chacune des questions. D'ores et déjà, nous sommes en mesure de confirmer des hypothèses. De plus, en croisant les données obtenues par les réponses à une question avec ceux d'une autre l'on peut générer d'autres informations très utiles à la prise de décision.

Ainsi, par exemple, le croisement entre la deuxième et huitième question permet de vérifier s'il y a une relation entre la fréquence où les répondants donnent de l'information sur les carrières qui nous intéressent et celles où les finissants obtiennent selon eux, un emploi.

Pour les 16 répondants qui parlent souvent de ces carrières, 6, soit 33 %, croient que les diplômés ont un emploi dans plus de 90 % des cas. Dans le cas des 173 répondants qui en parlent aussi souvent que des autres carrières 38, soit 22 %, pensent que le taux d'emploi des finissants des Instituts se situe à plus de 90 %. Finalement, 21 des 143 répondants (soit 15 %) qui en parlent rarement considèrent que les finissants obtiennent un emploi dans plus de 90 % des cas.

Nous pouvons maintenant affirmer qu'il y a une relation entre la fréquence où les répondants fournissent de l'information sur les carrières de technologistes en agro-alimentaire et le taux d'emploi qu'ils associent à ces carrières. Des mesures doivent être prises pour que les intervenants en information scolaire soient avisés du taux réel d'emploi très élevé des finissants des Instituts. Cela est un des éléments qui contribuera à ce que les intervenants soient plus enclin à communiquer de l'information sur ces mêmes carrières.

De même la relation entre les sixième et septième questions indiquent bien ce qui influence la perception des élèves. Ainsi, la perception est positive lorsque les élèves croient que ces carrières sont intéressantes, offrent de bonnes possibilités d'emploi ou lorsque le milieu socio-économique de la région est près de l'agriculture.

Fréquemment, ces carrières sont peu connues des étudiants, ne suscitent pas leur intérêt ou, comme c'est le cas pour certaines régions périphériques, ne se retrouvent pas dans le milieu. Ces trois situations constituent avec les pré-requis élevés et l'éloignement des centres de formation les principales causes de l'indifférence, de la neutralité des étudiants envers ces carrières. Nous étions enclin à croire que les fortes exigences scolaires et l'éloignement des Centres de formation étaient de nature à entraîner une perception majoritairement négative. Tel n'est pas le cas car il semble que les fortes exigences n'influencent pas négativement la perception des élèves.

Il demeure qu'exigence scolaire et distance sont des freins à une perception positive.

Finalement, ce qui entraîne chez les étudiants une perception négative (dans presque 58 % des cas) provient du fait que ces carrières sont associées à celles des fermiers, c'est-à-dire pour les étudiants à un milieu essentiellement rural, éloigné des grands centres où le travail est physiquement très exigeant, les heures de travail très longues et les revenus sous la moyenne. D'après ce qu'en disent les intervenants en information scolaire, l'agriculture est mal vue par

l'ensemble des étudiants. La teneur de certaines réponses nous incitent d'ailleurs à croire que cette opinion est partagée par une partie des répondants. Ces constatations représentent pour les Instituts, la DEA et le Ministère en général, un défi de taille auquel ils devront s'attacher.

Nous disposons déjà de plusieurs informations fort utiles. Si nous poursuivons et croisons encore quelques questions nous pourrions extraire d'autres informations pertinentes qui orienteront nos conclusions. Ainsi, de l'analyse entre les questions 1 et 5, il ressort que près de 73 % (132 sur 182) des répondants qui affirment très bien connaître les Instituts pensent toujours à ceux-ci lorsqu'ils songent aux carrières de technologistes en agro-alimentaire. Ce taux baisse à 51 % (75 sur 144) lorsque l'on réfère à ceux qui disent assez bien connaître les Instituts et à 28 % (5 sur 18) pour ceux qui avouent les connaître peu ou pas.

Suite à cette analyse, nous pouvons affirmer que plus les Instituts sont connus, plus l'association entre ces derniers et les carrières de technologistes en agro-alimentaire est directe (les Instituts, nous l'avons déjà dit, ont le mandat exclusif de former les technologistes en agro-alimentaire au Québec et conséquemment ils devraient automatiquement être associés au terme technologie agro-alimentaire).

L'analyse des données de la sixième question et de celles qui portent sur le milieu de travail des répondants nous permet de voir la relation entre ce milieu de travail et la perception que les répondants ont des étudiants vis-à-vis des carrières.

Parmi les 154 répondants qui œuvrent en milieu rural ou urbain de moins de 20 000 habitants, 28 (soit 18 %) croient que les élèves ont une perception négative de ces carrières, 66 ou 55 % croient que cette perception est neutre et 41 c'est-à-dire 27 % écrivent que la perception est positive.

D'autre part, pour les 187 intervenants qui travaillent en milieu urbain (plus de 20 000 habitants) 44 (soit 24 %) pensent que les étudiants sont négatifs vis-à-vis des carrières, 113 ou 60 % croient que la perception des élèves est neutre et moins de 10 % (seulement 18 répondants) qualifient de positive la perception des étudiants.

Il est aussi vrai d'affirmer que 68 % des répondants (41 sur 60) qui croient que les étudiants sont positifs face à ces carrières travaillent en milieu rural et que 44 sur 73 soit 60 % des intervenants qui pensent que les étudiants ont une perception négative œuvrent en milieu urbain.

Ces données confirment que les répondants croient que la perception des étudiants face à ces carrières est influencée par le milieu où est situé l'école.

Finalement, examinons si cette perception varie selon le secteur d'enseignement (public ou privé). Sur 52 répondants issus du secteur privé, un nombre de 8 ou 25 % croient que la perception des étudiants est positive. Dans le secteur public, 52 des 290 répondants soit 18 % ont la même perception. Il y a 25 des 52 répondants du secteur privé (48 %) qui considèrent la perception des étudiants comme étant neutre. Ce rapport est de 59 % (172 sur 290) au secteur public. Finalement, 33 % des répondants au secteur privé contre 19 % au public croient que les élèves ont une perception négative des carrières en agro-alimentaire.

Notre hypothèse était que la proportion des étudiants des écoles privées qui visent l'université était plus grande dans le secteur privé et que les étudiants concernés seraient indifférents face à l'ensemble des techniques. Nous prévoyions donc que la proportion des "neutres", c'est-à-dire des indifférents, soit très importante dans le secteur privé. Les réponses indiquent 59 % d'indifférents au public contre 48 % au privé. Il est cependant permis d'affirmer que les

répondants croient que la proportion d'élèves qui ont une perception positive est plus grande au secteur public.

Nous pourrions pousser l'analyse et générer d'autres informations qui auraient leur utilité. Cependant nous disposons déjà de suffisamment de données pour concevoir une solution appropriée.

Avant de terminer cette importante section, examinons rapidement quelques constatations qui découlent de l'analyse des données:

- Les carrières de technologistes en agro-alimentaire sont peu connues des étudiants - d'autres carrières exercent un attrait beaucoup plus grand.
- Les carrières de technologistes en agro-alimentaire sont souvent, à tort, associées à celle d'agriculteur par les étudiants. Nous ajouterons que la teneur de certaines réponses laisse croire qu'une minorité de répondants partagent aussi cette vision des choses.
- La profession d'agriculteur n'est généralement pas valorisée. Les conditions de travail sont perçues comme inacceptables et les revenus insuffisants.

- Même si, de fait, plusieurs technologistes en agro-alimentaire oeuvrent à proximité des grands centres, les répondants pensent que les étudiants associent ces carrières à un milieu purement rural et que conséquemment, les citadins en sont exclus. Là encore, certaines réponses laissent croire qu'une partie des répondants partagent aussi cet opinion.
- Les étudiants qui vivent l'université sont nécessairement peu intéressés par ces carrières.
- Les Instituts de technologie agro-alimentaire ont la responsabilité exclusive de former des technologistes en agro-alimentaire (alors qu'ils partagent avec 6 autres CEGEPS la responsabilité de former des exploitants agricoles - cours GEEA). Pourtant, plus de 35 % des répondants n'associent pas toujours les carrières de technologistes en agro-alimentaire à l'un ou l'autre des Instituts comme endroit de formation.
- Les exigences scolaires (sciences) incitent le respect mais constituent avec l'éloignement des centres de formation un frein, une barrière défavorisant l'accès aux carrières de technologistes en agro-alimentaire.

- Une majorité des répondants affirme disposer de matériel d'information en quantité et en qualité suffisante. Cependant, plusieurs croient que ces carrières doivent être vulgarisées, publicisées, en ayant recours à des médias de masse.
- Plusieurs répondants suggèrent l'utilisation de vidéos pour transmettre l'information aux étudiants du secondaire.
- Il est difficile d'intéresser les étudiants lorsque ceux-ci ont peu ou pas d'exemple d'entreprise agro-alimentaire dans leur environnement comme c'est le cas en région périphérique telles la Gaspésie, la Côte Nord et l'Abitibi.
- Les intervenants en information scolaire qui croient que le taux de placement est élevé fournissent plus souvent de l'information sur ces techniques. Seulement quelque 20 % des répondants situent le taux de placement à plus de 90 %. De fait, ce taux est de quelque 94 % pour les technologistes diplômés en 1988.

5.4 La capacité d'absorption du marché

Notre démarche sur ce point n'a pas pour but d'évaluer la qualité de la formation que reçoivent les technologistes ni de déterminer si certains emplois de technologistes sont occupés par des agronomes ou vice versa, ni enfin de décréter si certains CEGEPS, en quête de clientèle pour laquelle ils reçoivent une subvention, sont portés à offrir des cours trop semblables à ceux que dispensent les Instituts.

Elle consiste plutôt à voir si le marché est, le cas échéant, en mesure d'absorber un plus grand nombre de finissants et à mesurer la satisfaction de quelques employeurs importants. Si la tendance se renverse et que la quantité de diplômés augmente, le marché pourra-t-il absorber ces finissants? Trop souvent, notre société a formé et continue de former des gens dans des domaines où il n'y a pas suffisamment d'ouvertures: nous ne voudrions pas que ce phénomène se produise dans le cas qui nous occupe.

Les stratégies de placement actuellement utilisées par les Instituts sont peu sophistiquées, ce qui est normal dans une situation où il y a un manque de finissants. En début d'année (année calendrier), un document (voir exemple annexe VII), qui contient de l'information sur les finissants

qui n'ont pas déjà décrochés un emploi, est distribué aux employeurs potentiels. Généralement, les employeurs téléphonent et offrent des emplois qui sont affichés sur un tableau où les étudiants peuvent inscrire leur candidature. L'employeur est ensuite informé du nombre d'étudiants qui sont intéressés et souvent il vient à l'Institut pour passer des entrevues.

Notons que la procédure sommairement décrite ci-haut n'est pas rigide. Ainsi, pour certaines options, les offres d'emploi sont très nombreuses et la technique d'entrevue n'est pas utilisée, les employeurs n'ayant pas réellement de choix. D'autres employeurs passent par les bureaux d'emploi gouvernementaux. Peu ou pas d'efforts sont faits pour élargir la liste d'employeurs potentiels. Si un nouvel employeur contacte les Instituts, son nom est ajouté à la liste d'envoi des documents.

Toutes les personnes rencontrées ou contactées, qu'elles soient des Instituts, de l'Association des technologistes agro-alimentaires Inc. ou employeurs, sont d'avis que le marché est limité mais qu'il n'est pas saturé. Les employeurs s'arrachent les finissants dans certaines options alors que pour d'autres, les finissants trouvent peu d'emploi dans leur spécialisation et acceptent des postes dans

d'autres options. Selon monsieur Giers, président de l'Association, les débouchés existent bel et bien dans toutes les options mais les efforts pour faire connaître le service offert et susciter une demande précise n'ont pas été suffisants. Ce dernier considère, de plus, que cela n'est pas la responsabilité exclusive des Instituts et que l'Association a aussi un rôle à jouer à ce niveau.

Les employeurs contactés se déclarent satisfaits des technologistes qu'ils engagent. Un seul nous a signalé qu'il est important que les candidats soient issus du milieu rural.

Le fait que des stages fassent maintenant partie de la formation semble très apprécié. Les employeurs conviennent que c'est d'abord à eux qu'incombe la responsabilité de choisir les candidats qui correspondent le mieux à leur besoin et de les encadrer adéquatement, surtout lors de la première année d'emploi.

Nous concluons cette courte section en disant que le taux de placement global actuel constitue un point fort des Instituts sur lequel ils doivent tabler dans leur publicité. Ils doivent cependant entreprendre des démarches pour que l'ensemble des finissants puisse travailler dans la spécialité choisie.

Même si le problème majeur demeure celui du recrutement, il est important que les Instituts soient vigilants et conservent un taux de placement très élevé. Notons, d'autre part, que les contingentements par programme qui sont déjà en vigueur aux Instituts font que ce problème potentiel de diminution du taux de placement ne se matérialisera pas si des gestes sont posés dès que des signes avant-coureurs se manifestent. Il est souhaitable que les Instituts, de concert avec l'Association et l'industrie, mettent en place des mécanismes pour bien capter ces signaux et pour continuellement connaître la perception des employeurs.

Nous ne voulons pas développer davantage cette section qui pourrait en soi faire l'objet d'un projet d'intervention.

CHAPITRE 6
CONCEPTION DE LA SOLUTION

6. CONCEPTION DE LA SOLUTION

Deux constatations majeures émergent de notre démarche

- En général, le secteur agro-alimentaire n'est pas valorisé ni par les étudiants ni par les intervenants en information scolaire.
- Les Instituts et les carrières de technologistes agro-alimentaires sont très peu connus des étudiants alors que la connaissance qu'en ont les intervenants en information scolaire n'est ni précise, ni complète et résulte souvent de perceptions erronées.

Dans l'esprit d'un grand nombre de personnes, l'agro-alimentaire est synonyme d'agriculture. Or, dans notre société, plusieurs considèrent encore qu'il n'est pas rentable d'acquérir une formation théorique pour être agriculteur. De plus, le coût d'une ferme constitue une importante barrière à l'entrée dans cette profession. Finalement, le genre de travail s'accorde mal avec les valeurs véhiculées dans notre société et le retour sur investissement est considéré comme insuffisant.

Dans notre cas, nous soutenons la thèse à l'effet que la profession d'agriculteur a évolué depuis quelques décennies: la formation y est de plus en plus nécessaire, la mécanisation et la technologie ont considérablement modifié l'exécution du travail et le retour sur investissement est souvent intéressant. L'exploitant agricole moderne est le chef d'une PME et à ce titre, il doit faire montre de ses capacités de gestionnaire. L'image de l'exploitant agricole manœuvrant du fumier est dépassée mais demeure ancrée dans l'esprit de bon nombre de personnes.

Cette recherche a démontré que les carrières de technologistes agro-alimentaires sont très souvent associées à celle d'agriculteurs et que les étudiants et les intervenants en information scolaire pensent qu'elles sont réservées à des personnes issues du milieu agricole.

Or, si une partie des emplois offerts aux technologistes implique des relations avec des exploitants agricoles et nécessite une connaissance de la culture de ce milieu (comme dans les cas de représentants qui offrent des produits et services destinés aux exploitants agricoles) il n'en va pas de même pour d'autres où le technologiste évolue, par exemple, dans une usine qui fabrique des produits alimentaires. Un employeur affirme même qu'un technologiste issu d'un milieu urbain réussit souvent mieux à moyen terme même si son travail l'amène à côtoyer des exploitants

agricoles: c'est d'abord la personnalité du technologiste qui est importante.

Les carrières de technologistes agro-alimentaires ne jouissent pas du prestige dont bénéficient certaines orientations telles l'informatique, l'aéronautique, etc. Plusieurs associent les programmes des Instituts à de nouveaux types de carrière.

L'accomplissement de la mission des Instituts, c'est-à-dire la formation d'un nombre suffisant de technologistes agro-alimentaires, est lié à l'augmentation du degré d'intérêt de la clientèle potentielle envers les Instituts. Or, l'augmentation de l'intérêt envers les Instituts est lui-même associé à la revalorisation de l'ensemble du secteur agro-alimentaire et à un programme de communication bien orchestré sur les services offerts par les Instituts.

Nous croyons qu'il est impératif de s'attaquer au premier point. En effet, des efforts de communication ne donneront pas tous les fruits escomptés si l'image projetée par l'agro-alimentaire dans l'ensemble de notre société n'est pas plus positive. Evidemment, cela ne peut constituer un objectif à court terme: corriger la perception de l'ensemble d'une société nécessite non seulement une volonté ferme mais aussi du temps.

Les Instituts doivent participer à cette revalorisation mais ils ne peuvent assurer seuls cette tâche. La Direction de l'enseignement en agro-alimentaire doit aussi être mise à contribution: elle doit agir, selon nous, comme porte-étendard afin de sensibiliser le Ministère à l'urgent besoin d'une revalorisation. Elle ne doit pas être, cependant, l'unique responsable. A notre avis, la revalorisation du secteur agro-alimentaire doit devenir un objectif ministériel, une cible stratégique. Plus encore, le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation doit chercher et favoriser la concertation avec ses partenaires c'est-à-dire, l'Union des producteurs agricoles, le secteur coopératif très présent en agro-alimentaire et l'industrie privée qui transforment et distribuent les denrées.

Par ailleurs, les Instituts et la DEA doivent mettre sur pied un plan de communication sans attendre les résultats des efforts de valorisation que doit entreprendre le Ministère. Ce n'est qu'à moyen et long terme que les efforts de valorisation donneront des résultats. Lorsque ceux-ci pourront être constatés, la promotion des Instituts sera facilitée: entre temps, ces derniers doivent véhiculer leur message.

L'analyse des données démontre que la grande variété des emplois offerts aux technologistes ne vient pas instantanément à l'esprit des étudiants et des intervenants en information scolaire du

secondaire, que trop de ces derniers ignorent le niveau très élevé du taux de placement des technologistes diplômés et que, d'autre part, la responsabilité exclusive de former des technologistes agro-alimentaires incombe aux Instituts. Plusieurs intervenants demandent que des moyens de communication différents soient mis à leur disposition.

Bref, il faut mettre sur pied un plan de communication.

CHAPITRE 7
RECOMMANDATIONS

7. RECOMMANDATIONS

7.1 Revalorisation du secteur agro-alimentaire

Dans un premier temps, nous recommandons que la DEA sensibilise le Ministère au besoin d'une revalorisation de l'ensemble du secteur agro-alimentaire. Déjà, certaines autorités du Ministère sont conscientes de ce besoin, ce qui signifie que cet objectif ne représente pas un mur infranchissable. La DEA devra préparer un dossier qui fera ressortir ce besoin et le faire cheminer adéquatement.

Le Ministère devra se concerter avec ses partenaires et identifier ce qui a le plus contribué à dévaloriser le secteur et ce qui est le plus susceptible de corriger cette image.

Qui, dans notre société contemporaine, entend parler positivement de l'agriculture? La nouvelle qui parvient au citoyen est généralement une récrimination émanant de l'Union des Producteurs agricoles qui demande plus d'argent. Ce même citoyen n'entend pas parler d'aspect positif comme par exemple du gagnant de l'Ordre du Mérite Agricole. Il y a bien un effort de publicité dans ces cas mais il s'adresse

d'abord aux gens du milieu, alors qu'il faut rejoindre le non-agriculteur.

La couverture de presse du secteur secondaire est faible lorsque l'on considère son importance. Le citoyen moyen connaît peu ou pas d'entreprise comme Culinar, Agropur, Olympia, la Coopérative Fédérée, etc. Ce qu'il faut ce n'est pas seulement que le citoyen ait une meilleure idée de ces entreprises mais aussi et surtout qu'il les perçoivent comme des entreprises du secteur agro-alimentaire au même titre qu'une exploitation agricole.

Finalement, des entreprises mieux connues du grand public, telles Provigo, Métro-Richelieu et les restaurateurs, doivent aussi se positionner comme des membres à part entière de cette vaste industrie.

Nous sommes conscients que cette revalorisation peut facilement demeurer un vœux pieux. C'est en effet un projet complexe qui s'échelonnnera sur plusieurs années et qui nécessite de la part du Ministère un investissement important en terme de temps. Il faudra de plus y consacrer des ressources financières quoique nous sommes d'avis que l'investissement en ressources humaines est primordial pour que

l'ensemble des intervenants du secteur se positionne correctement.

Nous entendons toutefois demeurer au stade de la planification stratégique pour ce qui concerne cet exercice de revalorisation. Nous considérons que l'objectif sera atteint si ce projet d'intervention constitue un élément déclencheur et qu'ainsi la revalorisation du secteur agro-alimentaire devienne une des cibles stratégiques du Ministère dans son prochain plan triennal. Cependant, pour ce qui est du programme de communication, nous recommandons un plan pour les Instituts.

7.2 Programme de communication des Instituts

Les Instituts sont très conscients du problème de recrutement qui les confronte. Ils sont d'ailleurs passés à l'action et ont obtenu, pour 1988-1989, un budget promotionnel qui sera finalement de l'ordre de 115 000 \$. Ce budget a été utilisé pour améliorer la présentation des annuaires des Instituts, pour lancer la brochure intitulée: "La technologie, un pari d'avenir", pour produire des "Spectrolite" utilisés dans les kiosques, pour mettre sur pied une campagne de publicité

radio, etc. La DEA veut, de plus, entreprendre la production d'un video.

La présente recherche a cependant permis de définir une perception plus exacte des besoins, de préciser davantage les informations à véhiculer ainsi que les moyens à utiliser. Nous pouvons mieux segmenter le marché et différencier les stratégies.

Il ne s'agit pas de faire table rase des réalisations passées. Ainsi, les tournées effectuées à l'automne dans les polyvalentes et écoles secondaires doivent à notre avis se poursuivre: les coûts qui découlent de cette activité ne sont pas prohibitifs et il est important de conserver un contact direct avec les élèves et les intervenants du niveau secondaire.

Par ailleurs, cette stratégie de communication doit être, à certains égards, révisée.

Premièrement, si à peu près tous les intervenants s'accordent à dire que cette stratégie est rentable, il n'existe actuellement aucun indicateur de performance qui soit systématiquement appliqué. Par exemple, les Instituts n'ont pas d'information exacte sur le nombre d'étudiants de première année qui

ont été sensibilisées par des représentants des Instituts. Nous recommandons donc de mettre en place et de contrôler rigoureusement quelques indicateurs de performance: un questionnaire administré aux étudiants de première lors de la rentrée pourrait générer cette information.

Deuxièmement, un consensus plus large doit se faire sur la coopération plus ou moins étroite qui doit exister entre les deux Instituts à ce sujet. Certains prétendent que chaque Institut doit se faire connaître comme une entité unique et ainsi promouvoir ses propres programmes sans jamais faire mention ni de l'autre Institut ni des programmes qui y sont offerts. Nous sommes d'avis que la situation exige une coopération très étroite qui met de côté un individualisme au sensurant naturel. A la limite, les responsables de l'information ne devraient pas être spécifiquement rattachés à l'un ou l'autre des Instituts. La DEA doit, en tenant compte de la culture organisationnelle qui prévaut dans ce système, décider quelle position adopter sur le continuum qui va de l'individualisme à la coopération très étroite.

Troisièmement, certaines régions, incluant Montréal et Québec, ont été réticentes à laisser les responsables en information des Instituts faire des présentations. Nous recommandons dans un premier temps, c'est-à-dire pour l'automne 1989,

de ne pas investir trop d'énergie dans ces régions et de concentrer sur les régions qui sont plus perméables, plus réceptives à l'information. Dès l'automne 1990, il faudra mettre de l'emphase sur ces régions qui devraient être plus réceptives suite aux campagnes radio de 1985 et 1990 et au travail de revalorisation du secteur agro-alimentaire qui sera accompli d'ici l'automne 1990.

La participation à des salons doit être revue. Le kiosque à partir duquel nous avons administré un questionnaire ne constituait pas un point d'attraction pour le consommateur, en raison d'une identification insuffisante, accompagnée d'une dispersion des contenus attribuable à l'absence de thématique. Bref, nous considérons que les coûts engendrés par une telle activité sont trop élevés pour le retour que peut apporter cet investissement.

Nous recommandons la présence d'étudiants dans les kiosques. Ceux-ci pourraient, à l'aide de quelques pièces d'équipement, faire des démonstrations et ainsi permettre aux visiteurs de se faire une meilleure idée du travail d'un technologiste en agro-alimentaire. Il faut, de plus, s'assurer de l'impact du kiosque en vérifiant, lors de la rentrée, si certains étudiants ont été sensibilisés grâce à ce moyen de communication.

Les Instituts sont peu ou pas connus. Nous recommandons donc la conception d'une publicité générale visant à promouvoir les Instituts et à développer une image positive. Quelques répondants au questionnaire adressé aux intervenants en information et des représentants des Instituts suggèrent l'utilisation des médias de masse tels la télévision, la radio et les journaux à grand tirage.

Les budgets disponibles nous incitent à la prudence face à l'utilisation des médias de masse. La télévision, par exemple, même avec le problème du "zapping", demeure un média privilégié pour rejoindre une grande population. Cependant, la production d'un bon message et la fréquence à laquelle il doit être diffusé pour obtenir un impact suffisant engendrent des coûts qui sont hors de portée des moyens financiers disponibles.

D'autre part, la clientèle cible lit relativement peu les journaux à grand tirage. D'ailleurs, ce moyen permet difficilement de cibler une population spécifique. Reste la radio. C'est ainsi qu'une campagne d'une durée de 3 semaines sera lancée à la fin de janvier 1989. Le message y sera présenté de façon humoristique en utilisant un porte parole bien connu de la population cible: Normand Brathwaite. Les

heures de diffusion privilégiées, le matin avant le début des cours ou le soir entre 19h00 et 21h00, et les postes choisis, CMS FM à Québec et CROI FM et OMF FM à Montréal, sont souvent sintonisés par les jeunes.

Cette stratégie est utilisée pour la première fois; nous recommandons qu'elle le soit encore à l'avenir car, en plus de constituer une bonne publicité générale, elle permet de rejoindre une clientèle plus diffuse qui, dans certains programmes, constitue une part importante des étudiants: les adultes qui veulent retourner aux études et les étudiants, déjà de niveau collégial, qui cherchent à se réorienter.

La période de diffusion choisie correspond à celle où les étudiants du secondaire doivent faire leur demande d'admission au niveau collégial. Nous recommandons que la période de diffusion soit avancée de quelque deux semaines de façon à ce que la clientèle cible ait plus le temps de digérer l'information.

Des efforts ayant déjà été consenti pour améliorer la présentation des programmes et pour produire une brochure de prestige intitulée "La technologie, un pari d'avenir" nous recommandons de limiter au minimum les investissements relatifs à la communication écrite. Cette brochure est bien

faute: tous en conviennent mais certains lui reprochent de ne pas mettre suffisamment en évidence, dès le premier coup d'oeil, qu'elle relève du secteur agro-alimentaire.

Par contre, des efforts doivent être faits pour préparer du matériel audio-visuel. Quelques milliers de dollars seront consentis dès cette année (avant le 31 mars 1989) à ce point, nous recommandons d'investir considérablement dans la production de matériel audio-visuel au cours de l'année 1989-1990. La participation de l'Association des technologues et celle de l'industrie doit être envisagée lors de la réalisation de cet outil de communication.

Un video de haute qualité, qui sera prêté aux institutions du secondaire qui seront invitées à le copier puis à le retourner aux Instituts ou à la LEA selon le cas, doit être produit. Ce video est perçu comme un besoin par les intervenants du secondaire et plusieurs en ont spontanément fait la demande. Il devra être adapté aux besoins: ainsi, s'il est destiné à un marché géographiquement éloigné des Instituts, il devra insister sur les facilités de logement qui sont offerts à l'étudiant dans la région immédiate. Si, d'autre part, il est destiné au marché de Montréal ou de Québec, il devra faire abstraction de l'information à propos du cours qui vise à former des exploitants agricoles (GEEA) et insister sur le

fait que les carrières de technologistes agro-alimentaires s'adressent à l'ensemble de la population étudiante.

Dans tous les cas, il devra mettre l'accent sur le très haut taux de placement des diplômés et sur les différentes perspectives professionnelles qu'offrent chacun des programmes.

Un slogan doit être mis de l'avant lors des présentations de la campagne radio et par l'intermédiaire du vidéo. Le slogan "Pense que l'on compte sur vous trois fois par jour", qui a été lancé dernièrement peut contribuer à atteindre l'objectif de la revalorisation du secteur agro-alimentaire. En effet, il s'adresse à l'ensemble de la population qui, en mangeant trois fois par jour, "garantit" l'importance de l'industrie agro-alimentaire. Un slogan tel "L'agro-alimentaire, tout un monde à connaître ..." est plus spécifique à notre second objectif et créerait plus d'intérêt auprès des étudiants de la fin du secondaire.

Il faut garder à l'esprit que les activités promotionnelles proposées nécessitent la disponibilité de ressources financières. Nous retenons l'hypothèse d'un budget promotionnel de 115 000 \$, c'est-à-dire au moins égal à celui de 1988-1989. Considérant le travail à faire, cette somme constitue un minimum.

En retenant cette hypothèse, nous avons le tableau ci-dessous.

TABEAU 3

Instituts de technologie agro-alimentaire

Budget promotionnel 1989-90

Présentation dans les écoles	*
Préparation d'un video de qualité avec une présentation quelque peu différente en fonction du marché spécifique auquel il est destiné	45 000 \$
Campagne radio (générique)	45 000 \$
Expositions	15 000 \$
Divers	10 000 \$

-
- * Les coûts de cette activité sont assumés par les Instituts et ne sont pas considérés dans le budget promotionnel.

Le plan de communication devrait s'échelonner selon la cédule suivante.

GRAPHIQUE B

Calendrier du plan de communication 1989-1990



Le DSA devra mettre de l'emphasis sur l'évaluation et apporter des correctifs à son plan de communication en fonction des résultats observés.

CHAPITRE 8

CONCLUSION

8. CONCLUSION

nous avons rempli le mandat qui nous a été confié. Il reste à souhaiter que le Ministère comprenne l'urgence de prendre des actions pour revaloriser le secteur agro-alimentaire auprès de l'ensemble de la population du Québec et qu'il consente, au cours des prochaines années, à noter la DEA d'un budget promotionnel au moins équivalent à celui qu'elle a obtenu pour l'année financière 1988-1989.

Si tel n'est pas le cas, il faut prévoir, et l'évolution démographique du Québec ne fait que renforcer cette hypothèse, que le nombre de finissants diminuera au point où l'industrie agro-alimentaire du Québec, et par ricochet l'ensemble de notre société, en subira les conséquences: l'enjeu est important.

De plus, au delà de l'aspect que nous avons examiné, les Instituts devront faire preuve de souplesse et d'ouverture d'esprit. Ce constat ne doit pas inciter le Ministère à réduire les exigences et ainsi diminuer la qualité des services offerts pour augmenter le nombre de finissants. Au contraire, la DEA doit mieux s'organiser pour dispenser, par exemple, des cours d'appoint aux étudiants qui en auraient besoin ou envisager que certains cours puissent être donnés à l'extérieur des murs des Instituts.

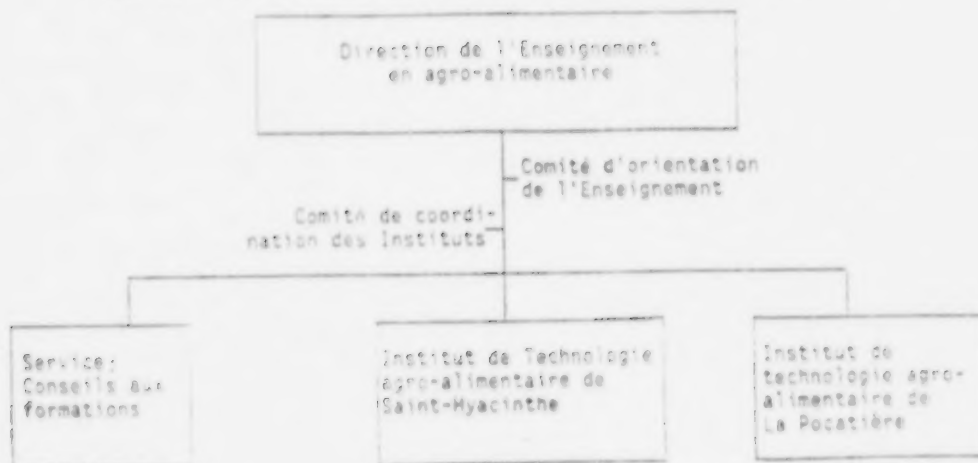
Le personnel devra admettre et même favoriser les ajustements de ce type et ce même si la culture organisationnelle actuelle ne les privilégie pas.

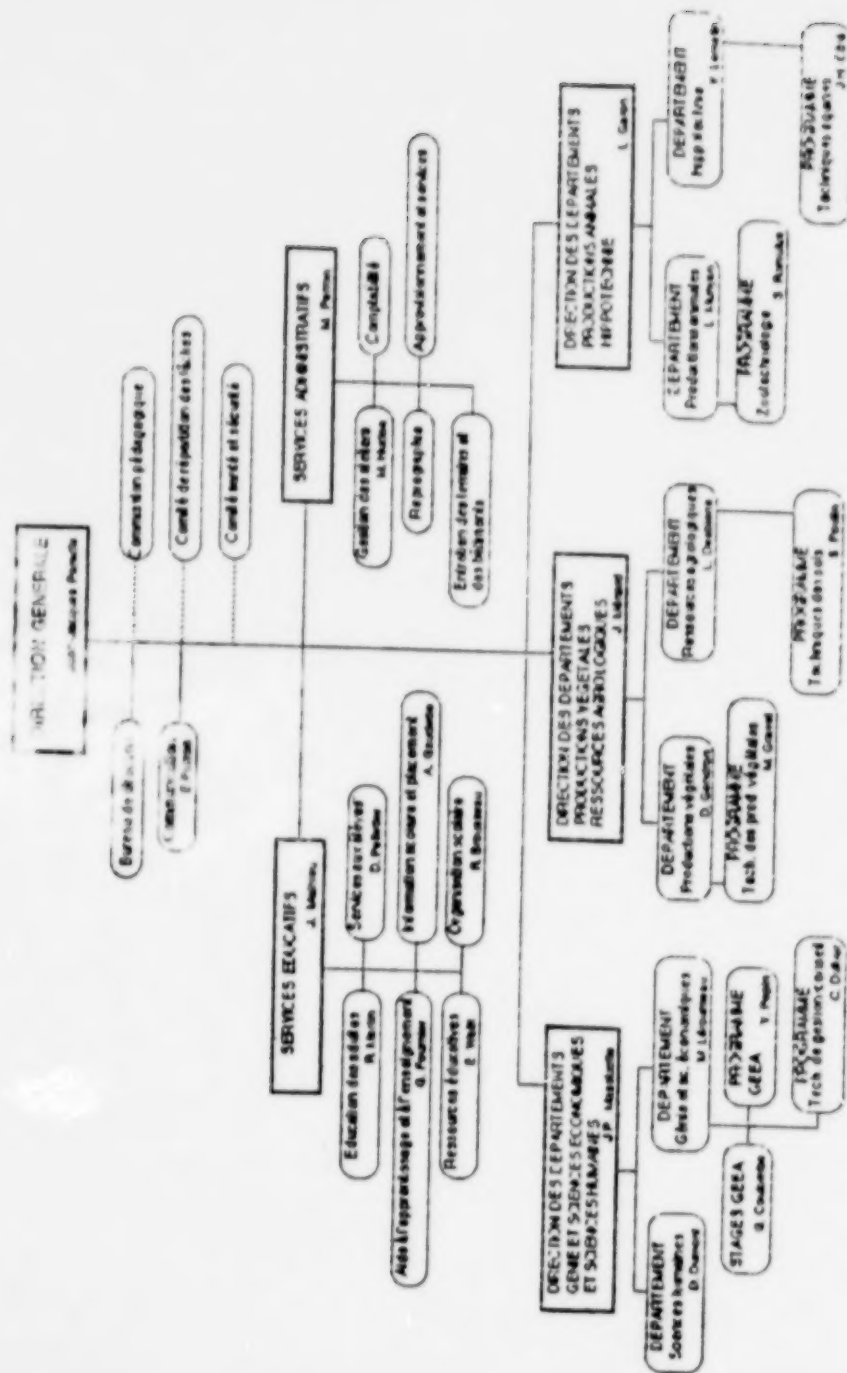
Nous savons déjà que la quantité d'étudiants qui termineront leur secondaire diminuera au cours des prochaines années. Il est à prévoir que cela se traduira par des efforts de recrutement de plus en plus grands de la part de chaque institution de niveau collégial qui cherchera à répondre aux besoins de l'environnement. Les Instituts devront enboîter le pas. Une attention particulière doit être accordée à l'élaboration d'un plan de communication articulé qui va répondre aux besoins de l'industrie agro-alimentaire et de l'économie québécoise.

ANNEXE 1

ORGANIGRAMMES

ORGANIGRAMME DE LA DIRECTION DE L'ENSEIGNEMENT EN AGRO-ALIMENTAIRE

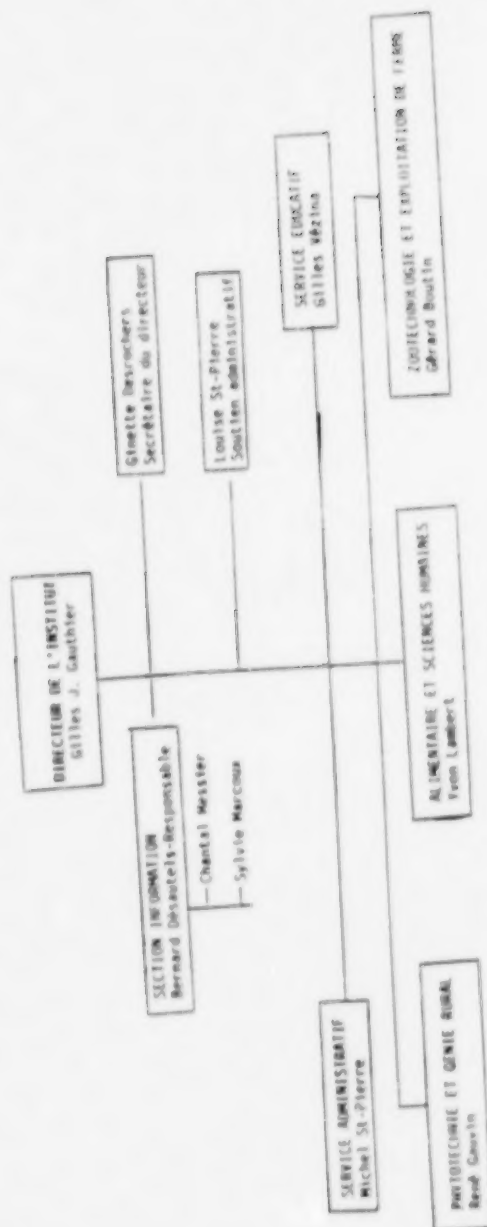




ORGANIGRAMME

Institut de technologie agro-alimentaire de Saint-Hyacinthe

DIRECTION GENERALE



ANNEXE II

LES EFFECTIFS

Direction de l'enseignement en agro-alimentaire

TABEAU SOMMAIRE DES EFFECTIFS

Exercice 1987-1988

CATEGORIE DE PERSONNEL	EFFECTIFS PERMANENTS			EFFECTIFS OCCASIONNELS
	PO	PV	PA	
1. CADRE	1		1	
2. PROFESSIONNELS	6		6	
3. TECHNICIEN(NE)	1		1	
4. EMPLOYES DE BUREAU	1		1	2
TOTAL	9		9	2

LÉGENDE: PO (postes occupés) PV (postes vacants) PA (postes autorisés)

EFFECTIFS -
Institut agro-alimentaire de La Pocatière
1er mars 1988

	Permanents	Occasionnels	Total
Cadres	5	+	5
Professeurs	51	6	56
Professionnels	10	2	12
Fonctionnaires	26	8	34
Ouvriers	14	2	16
TOTAL	106	16	123

EFFECTIFS -

Institut agro-alimentaire de Saint-Hyacinthe

AU 1er MARS 1988

CATEGORIE DU PERSONNEL	Effectifs permanents			Effectifs occasionnels		TOTAL
	P.O.	P.V.	P.A.	M.A.P.A.O.	C.F.P.	
1. Cadres	5	0	5	0	0	5
2. Professionnels	9	0	9	0	2	11
3. Personnel enseignant	65	1	66	15 *	13 **	94
4. Techniciens	16	1	17	3	5	25
5. Employés de bureau	14	0	14	13	4	31
6. Ouvriers	13	0	13	0	0	21
TOTAL	122	2	124	39	24	187

* Ce chiffre comprend: 4 professeurs temps plein, 2 professeurs demi-temps et 9 professeurs à la leçon.

** Ce chiffre comprend: 4 professeurs temps plein, 2 professeurs demi-temps et 7 professeurs à la leçon.

LEGENDE

P.O. : Postes occupés
P.V. : Postes vacants
P.A. : Postes autorisés

ANNEXE III

BUDGETS 1988-1989

Programme 01 - Planification, recherche et enseignement
 Éducation 03 - Enseignement agricole

1988-1989

CENTRE 1201 - DIRECTION DE L'ENSEIGNEMENT EN AGRO-ALIMENTAIRE

Cet. n.	Description	TOTAL	
		Subvention	Compt.
02	Autres rémunérations:		
01	Rémunération régulière	38,0	38,0
	FONCTIONNEMENT - PERSONNEL		38,0
03	Services de transport et de communication:		
	- Frais de déplacement:		
01	Employés publics	41,0	
07	Réunions ministérielles ou interministérielles	1,0	
	- Frais de poste et de transport:		
11	Frêt, messagerie et autres frais de transport	0,5	
	- Publicité et information:		
30	Journaux et revues	2,5	
40	Publications	4,0	
50	Expositions	1,0	50,0
04	Services professionnels, administratifs et autres:		
	- Services professionnels et administratifs:		
05	Comptabilité et administration	13,0	
10	Perfectionnement	13,0	
12	Personnel de soutien	6,0	
	- Services divers:		
62	Abonnements	2,0	
99	Autres	1,0	35,0
06	Loyers:		
91	Matériel informatique et bureautique	2,0	2,0
07	Fournitures et approvisionnements:		
	- Produits finis non comestibles:		
40	Pièces et accessoires de matériel et d'équipement	7,0	
46	Formulaires, livres, fournitures de bureau et d'artiste	10,0	
49	Autres produits finis	10,1	
92	Autres fournitures informatiques et bureautiques	2,0	29,1

CENTRE 1301 - DIRECTION DE L'ENSEIGNEMENT EN AGRO-ALIMENTAIRE (SUITE)			
Cat. 1-4	Description	TOTAL	
		Soutien	Carrière
00	Matériel et équipement:		
91	Matériel informatique et bureautique	1,5	
95	Aménagement	1,5	3,0
	FONCTIONNEMENT - AUTRES DÉPENSES		119,1
10	Dépenses de transfert:		
	- Paiement aux universités:		
46	Frais d'exploitation:		
	- Coût du cours de formation d'exploitants agricoles dispensé par le Collège MacDonald	882,3	
80	Agriculture:		
	- Relève agricole	120,0	
	- Concours agro-jeunesse	23,9	
	- Divers (4-H - Performa - A.J.R.Q. et P.R.A.Q.)	85,7	1 111,9
	TRANSFERT		1 111,9
	TOTAL		1 269,0

Programme 01 - Planification, recherche et enseignement		1988-1989	
Élement 03 - Enseignement agricole			
CENTRE 1303 - INSTITUT DE TECHNOLOGIE AGRO-ALIMENTAIRE DE LA POCAIÈRE			
Cat. n°	Description	TOTAL	
		Sous-cat.	Catégorie
02	Autres rémunérations:		
01	Rémunération régulière	493,7	493,7
	FONCTIONNEMENT - PERSONNEL		493,7
03	Services de transport et de communication:		
	- Frais de déplacement:		
01	Employés publics	60,0	
04	Congrès	2,0	
06	Dépenses de fonction	1,0	
	- Frais de poste et de transport:		
11	Frêt, messagerie et autres frais de transport.....	2,5	
	- Publicité et information:		
30	Journaux et revues	8,0	
31	Radio	10,0	
40	Publications	7,0	
99	Autres	6,0	96,5
04	Services professionnels, administratifs et autres:		
	- Services professionnels et administratifs:		
01	Services de génie	5,0	
09	Services de santé animale	28,0	
10	Perfectionnement	31,0	
15	Services reliés à l'audiovisuel et aux arts graphiques	2,4	
	- Assurances et droits d'immatriculation:		
43	Véhicules moteurs et aéronefs	1,8	
	- Services divers:		
60	Gardiennage et sécurité	82,0	
61	Réceptions et frais d'accueil	6,0	
62	Abonnements	7,0	
65	Nettoyage et buanderie	90,0	
66	Cotisations à des associations	2,8	
91	Traitement informatique	21,0	
99	Autres	15,0	292,0

CENTRE 1303 - INSTITUT DE TECHNOLOGIE AGRO-ALIMENTAIRE DE LA POCAIERE (SUITE)

Catégorie	Description	TOTAL	
		Sous-catégorie	Catégorie
05	Entretien et réparation:		
	- Immeubles et terrains:		
03	Edifices pour fins éducationnelles et culturelles	5,0	
08	Terrains et parcs de stationnement	5,0	
	- Infrastructures de travaux de génie:		
33	Aqueducs, égouts, épuration de l'eau	2,0	
	- Matériel et équipement:		
41	Conveyeurs et autre matériel de lavage et de manutention ..	1,5	
44	Tracteurs et autre matériel d'exploitation agricole	3,0	
45	Matériel de transport	12,5	
48	Matériel de chauffage, de climatisation, de réfrigération et de plomberie	20,0	
49	Matériel d'éclairage électrique et appareils électriques ..	25,0	
50	Matériel et équipement scientifiques	7,0	
52	Ameublement	3,0	
90	Travaux agricoles	10,0	
91	Matériel informatique et bureautique	5,0	
99	Autres	10,0	109,0
06	Loyers:		
	- Immeubles et terrains:		
03	Edifices pour fins éducationnelles et culturelles	25,1	
08	Terrains	6,5	
	- Matériel et équipement:		
31	Machines industrielles et machines-outils	3,0	
32	Matériel de transport terrestre	8,0	
33	Matériel de communication	3,0	
91	Matériel informatique et bureautique	12,0	
99	Autres	5,0	62,6
07	Fournitures et approvisionnements:		
01	Animaux vivants	10,0	
10	Aliments	91,2	
20	Matières brutes non comestibles	33,0	
30	Matières fabriquées non comestibles	15,0	
	- Produits finis non comestibles:		
40	Pièces et accessoires de matériel et d'équipement	55,0	
41	Pneus et chambres à air en caoutchouc	5,0	

CENTRE 1303 - INSTITUT DE TECHNOLOGIE AGRO-ALIMENTAIRE DE LA POCAIERE (SUITE)			
Catégorie	Description	TOTAL	
		Source	Comptable
07	Fournitures et approvisionnements (suite)		
	- Produits finis non comestibles (suite)		
42	Vêtements, chaussures et accessoires	8,0	
43	Articles sanitaires, de nettoyage et produits chimiques spéciaux	5,5	
45	Médicaments, produits pharmaceutiques et fournitures médicales	15,0	
46	Formulaires, livres, fournitures de bureau et d'artiste ...	30,0	
49	Autres produits finis	15,0	
60	Électronique, gel et chauffage	170,0	
91	Papier et fournitures en matériel informatique	5,0	
92	Autres fournitures informatiques et bureautiques	5,0	
97	Gazoline, diesel et Huile	25,7	
99	Autres	47,0	525,4
08	Matériel et équipement:		
95	Assemblage	8,9	
99	Matériel divers	5,9	14,8
11	Autres dépenses:		
99	Autres	2,2	2,2
	FONCTIONNEMENT - AUTRES DEPENSES		1 112,5
08	Matériel et équipement:		
40	Tracteurs et autre matériel d'exploitation agricole	4,0	
50	Matériel de transport	17,0	
80	Matériel et équipement scientifiques	10,0	
91	Matériel informatique et bureautique	18,0	49,0
09	Terrains, immeubles et travaux de génie		
	- Construction d'immeubles:		
53	Édifices pour fins éducationnelles et culturelles	80,0	
	- Construction de travaux de génie:		
99	Autres travaux	15,0	66,0
	CAPITAL - AUTRES DEPENSES		114,0
	TOTAL		1 720,2

Programme 01 - Planification, recherche et enseignement		1968-1969	
Sous-programme 03 - Enseignement agricole			
CENAPRA 1302 - INSTITUT DE TECHNOLOGIE AGRO-ALIMENTAIRE DE ST-HYACINTHE		TOTAL	
Cat. n°	Description		
		Service	Compt.
02	Autres rémunérations:	889,0	889,0
01	Rémunération régulière		889,0
	FONCTIONNEMENT - PERSONNEL		
03	Services de transport et de communication:		
	- Frais de déplacement:		
01	Employés publics	39,0	
03	Déménagement	12,0	
04	Congrès	1,0	
06	Dépenses de fonction	1,0	
	- Frais de poste et de transport:		
11	Fret, messagerie et autres frais de transport	2,0	
	- Publicité et information:		
30	Journaux et revues	1,6	
40	Publications	10,0	
50	Expositions	0,9	
99	Autres	0,5	69,0
04	Services professionnels, administratifs et autres:		
	- Services professionnels et administratifs:		
09	Services de santé animale	2,4	
10	Perfectionnement	14,0	
15	Services reliés à l'audiovisuel et aux arts graphiques	3,0	
	- Assurances et droits d'immatriculation:		
43	Véhicules moteurs et aéronefs	2,0	
	- Services divers:		
60	Gardiennage et sécurité	86,0	
61	Receptions et frais d'accueil	3,0	
62	Abonnements	10,0	
65	Nettoyage et buanderie	146,0	
66	Cotisations à des associations	2,0	
91	Traitement informatique	25,0	
99	Autres	6,6	300,0

CENTRE 1302 - INSTITUT DE TECHNOLOGIE AGRO-ALIMENTAIRE DE ST-HYACINTHE (SUITE)			
Cat. n°	Description	TOTAL	
		Source	Catégorie
05	Entretien et réparation:		
	- Immeubles et terrains:		
02	Edifices pour fins éducationnelles et culturelles	10,0	
05	Terrains et parcs de stationnement	5,0	
	- Matériel et équipement:		
41	Conveyeur et autre matériel de lavage et de manutention	5,0	
43	Machines industrielles, machines-outils et outils	2,0	
44	Tracteurs et autre matériel d'exploitation agricole	2,0	
45	Matériel de transport	6,0	
46	Matériel de communication	1,0	
48	Matériel de chauffage, de climatisation, de réfrigération et de plomberie	103,0	
49	Matériel d'éclairage électrique et appareils électriques ..	2,0	
50	Matériel et équipement scientifiques	4,0	
52	Ameublement	10,0	
91	Matériel informatique et bureautique	6,0	
92	Logiciel informatique et bureautique	1,0	
99	Autres	10,0	167,0
06	Loyers:		
	- Immeubles et terrains:		
03	Edifices pour fins éducationnelles et culturelles	14,0	
06	Terrains	2,0	
	- Matériel et équipement:		
30	Matériel de construction et de réparation	2,0	
31	Machines industrielles et machines-outils	9,0	
32	Matériel de transport terrestre	2,0	
33	Matériel de communication	1,0	
91	Matériel informatique et bureautique	45,0	
92	Logiciel informatique et bureautique	0,5	
99	Autres	0,5	76,0
07	Fournitures et approvisionnements:		
01	Animaux vivants	1,0	
10	Aliments	50,0	
20	Matières brutes non comestibles	6,0	
30	Matières fabriquées non comestibles	50,0	

CENTRE 1302 - INSTITUT DE TECHNOLOGIE AGRO-ALIMENTAIRE DE ST-HYACINTHE (SUITE)

Catégorie	Description	TOTAL	
		Donnée	Catégorie
07	Fournitures et approvisionnements: (suite)		
	- Produits finis non comestibles:		
40	Pièces et accessoires de matériel et d'équipement	50,0	
41	Pneus et chambres à air en caoutchouc	2,0	
42	Vêtements, chaussures et accessoires	5,0	
43	Articles sanitaires de nettoyage et produits chimiques spéciaux	5,0	
44	Articles de cuisine et autres articles ménagers	1,0	
45	Médicaments, produits pharmaceutiques et fournitures médicales	2,0	
46	Formulaires, livres, fournitures de bureau et d'artiste ...	50,0	
49	Autres produits finis	50,0	
60	Electricité, gaz et chauffage	328,0	
91	Matériel informatique et bureautique	1,0	
92	Autres fournitures informatiques et bureautiques	5,0	
97	Gazoline, diesel et huile	19,0	
99	Autres	10,0	631,0
08	Matériel et équipement:		
30	Machines industrielles, machines-outils et outils	1,0	
40	Tracteurs et autre matériel d'exploitation agricole	1,0	
55	Matériel de communication	2,0	
70	Matériel de chauffage, de climatisation, de réfrigération et de plomberie	1,0	
80	Matériel et équipement scientifiques	3,5	
91	Matériel informatique et bureautique	3,0	
92	Logiciel informatique et bureautique	2,0	
95	Ameublement	0,5	
99	Matériel divers	1,0	15,0
11	Autres dépenses:		
13	Charges sur devises (monnaie étrangère)	2,0	
99	Autres	1,0	3,0
	FONCTIONNEMENT - AUTRES DEPENSES		1 261,0

CENTRE 1302 - INSTITUT DE TECHNOLOGIE AGRO-ALIMENTAIRE DE ST-HYACINTHE (SUITE)

Cet. 1302	Description	TOTAL	
		Sous-cat.	Catégorie
08	Matériel et équipement:		
40	Tracteurs et autre matériel d'exploitation agricole	100,0	
70	Matériel de chauffage, de climatisation, de réfrigération et de plomberie	10,0	
75	Matériel d'éclairage électrique et appareils électriques ..	5,0	
91	Matériel informatique et bureautique	5,0	
92	Logiciel informatique et bureautique	3,6	123,6
	CAPITAL - AUTRES DEPENSES		123,6
	TOTAL		2 273,6

ANNEXE IV

QUESTIONNAIRE AUPRES D'ÉLÈVES DU SECONDAIRE

LETTRE D'INTRODUCTION ET
QUESTIONNAIRE ADRESSÉ AUX INTERVENANTS
EN INFORMATION SCOLAIRE

QUESTIONNAIRE

Perception d'étudiants du secondaire /

Instituts de technologie agro-alimentaire

- 1- Est-ce que tu avais déjà entendu parler des Instituts de technologie agro-alimentaire avant de t'arrêter à ce kiosque?
- 2- Si oui, comment en as-tu entendu parler?
- 3- Peux-tu nommer une ou plusieurs institutions de niveau collégial?
- 4- Que signifie pour toi le terme agro-alimentaire?
- 5- Selon toi, est-ce important d'être issu d'un milieu rural pour aller étudier à l'un ou l'autre des Instituts de technologie agro-alimentaire?
- 6- Quel âge as-tu?
Sexe
En quelle année es-tu (degré)?
Où ton école est-elle située?

Madame, Monsieur,

Je suis un étudiant inscrit au programme de maîtrise à l'École Nationale d'Administration Publique (ENAP). Une de mes activités obligatoires est la rédaction et la présentation d'un projet d'intervention qui intègre les apprentissages par une démarche semblable à celle d'un consultant en organisation.

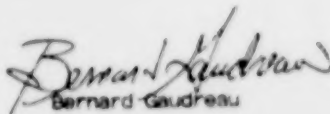
Mon projet d'intervention porte sur les Instituts de Technologie Agro-alimentaire du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec. Ces Instituts, situés respectivement à La Pocatière et Saint-Hyacinthe décernent un diplôme d'études de niveau collégial à leurs finissants réguliers.

Les cours visent la formation de technologistes en agro-alimentaire ou celle d'exploitants agricoles. La majorité des étudiants sont inscrits à l'un ou l'autre des onze programmes de formation en technologie que dispense l'un ou l'autre des Instituts. Le présent document ne porte que sur la formation des technologistes et fait abstraction de celle d'exploitants agricoles.

Pour mener à bien mon projet, je dois recueillir un certain nombre d'informations. Or, en tant qu'intervenant ou intervenante en orientation et/ou information scolaire, vous êtes une source de renseignement privilégiée. Je m'adresse donc à vous en vous demandant de consacrer quelques minutes de votre temps pour répondre au court questionnaire ci-joint, ce qui contribuera grandement à la réussite de mon projet d'intervention et permettra éventuellement de vous faciliter quelque peu la tâche en vous fournissant une meilleure information.

Evidemment, la confidentialité de vos réponses est assurée car seules les informations agrégées seront publiées. Toutefois, vous pourrez vous identifier si vous le désirez ce qui me permettra, suite à la compilation des résultats, de rencontrer quelques personnes parmi vous et de vous transmettre un rapport synthèse de ce questionnaire. Notez aussi qu'une enveloppe de retour pré-adressée est jointe au questionnaire.

Vous remerciant à l'avance pour votre précieuse collaboration, veuillez agréer, Madame, Monsieur, l'expression de mes sentiments les meilleurs.


Bernard Gaudreau

QUESTIONNAIRE SUR LES TECHNOLOGIES EN AGRO-ALIMENTAIRE

Prière de ne cocher
qu'un choix de réponse par question

S.V.P. ne rien
inscrire dans
cette colonne

- 1- Avant de lire la lettre explicative accompagnant ce questionnaire, connaissiez-vous l'existence et le rôle des Instituts de Technologie agro-alimentaire (de La Pocatière, de Saint-Hyacinthe ou les deux)?
 1. ☐ Peu ou pas
 2. ☐ Assez bien
 3. ☐ Très bien

- 2- A propos de la possibilité de carrière à titre de technologiste en agro-alimentaire, vous fournissez de l'information aux étudiants:
 1. ☐ Jamais - passez à la question 4
 2. ☐ Rarement
 3. ☐ Assez souvent (à peu près comme pour la moyenne des autres techniques)
 4. ☐ Souvent

- 3- Si vous avez déjà fourni de l'information à des étudiants sur des possibilités de carrière à titre de technologiste en agro-alimentaire, était-ce:
 1. ☐ Suite à une demande formulée par un ou plusieurs étudiants
 2. ☐ De votre propre chef car vous évoquez cette possibilité de carrière régulièrement
 3. ☐ Suite aux deux circonstances citées ci-haut
 4. ☐ Dans d'autres circonstances.
Expliquez _____

- 4- Comment avez-vous été informé des possibilités de carrière de technologiste en agro-alimentaire?
 1. ☐ Je n'ai jamais été informé
 2. ☐ Durant ma formation académique
 3. ☐ Par de la documentation consultée alors que j'étais déjà en fonction
 4. ☐ Par un système informatisé (REPERE ou autre)
 5. ☐ Par des représentants des Instituts qui m'ont contacté
 6. ☐ Autrement - Précisez _____

- 5- Lorsque vous pensez à des carrières de technologistes en agro-alimentaire, associez-vous automatiquement l'un ou l'autre des Instituts (La Pocatière ou Saint-Hyacinthe) comme endroit de formation?
 1. ☐ Jamais
 2. ☐ Parfois
 3. ☐ La plupart du temps
 4. ☐ Toujours
 5. ☐ Je ne pense jamais à ces carrières

VERGO

S.V.P. ne rien
inscrire dans
cette colonne

6- Selon vous, la perception des étudiants du secondaire face à des carrières en agro-alimentaire est:

1. ☐ négative
2. ☐ neutre
3. ☐ positive

7- Pouvez-vous fournir une explication à cette perception?

8- Pour l'ensemble des onze programmes de formation de technologistes offerts par les Instituts, dans quelle proportion, selon vous, les diplômés obtiennent un emploi?

1. ☐ 51 - 60 %
2. ☐ 61 - 70 %
3. ☐ 71 - 80 %
4. ☐ 81 - 90 %
5. ☐ 91 - 100 %

9- A votre avis, le matériel d'information scolaire relatif aux carrières de technologistes en agro-alimentaire dont vous disposez est suffisant:

Qualitativement

Quantitativement

1. ☐ Oui
2. ☐ Non
3. ☐ Je ne sais pas

1. ☐ Oui
2. ☐ Non
3. ☐ Je ne sais pas

10- Quel est votre profil socio-démographique?

Sexe ☐ F ☐ M

Origine du milieu familial ☐ Urbain ☐ Rural

Milieu de travail ☐ Urbain de plus de 20 000 habitants ☐ Rural ou urbain de moins de 20 000 habitants

Secteur ☐ Public ☐ Privé

11- Je désire fournir d'autres commentaires que je trouve pertinents (facultatif)

12- Identification pour l'obtention d'un rapport synthèse (facultatif)

Nom: _____
Adresse: _____
Tél.: _____

S.V.P. retournez avant le 22 octobre 1988

Merci de votre collaboration

ANNEXE V

LISTE DES MEMBRES DU CADAP

INSTITUTION	NAME	PHONE
Nova Scotia Agricultural College	Box 192 UNION, Nova Scotia B2N 5L1	902-896-1511
Lakeland College	Vernison Campus VERMILION, Alberta T0B 2M0	403-851-8519
Olss College	Olss College OLDS, Alberta T0M 1P0	403-556-8229
Macdonald College	21, 111 Lakeshore Ste-Anne-de-Bellevue Q1A 8E6 H9K 1C0	514-398-7814
School of Agriculture University of Saskatchewan	University of Saskatchewan SASKATOON, Saskatchewan S7N 0X0	306-966-4062
New Brunswick Community College	Box 1175 WOODSTOCK, New Brunswick E0J 2B0	506-528-9586
Kemptville College of Agricultural Technology	KEMPTVILLE, Ontario K0G 1J0	613-258-8357
Centralia College of Agricultural Technology	HURON PARK, Ontario N4M 1Y0	519-228-6691
Ridgetown College of Agricultural Technology	RIDGETOWN, Ontario N0P 2C0	519-674-5456
University of Manitoba	Room 506, Ag. Building University of Manitoba WINNIPEG, Manitoba R3T 2H2	204-474-9595
Lethbridge Community College	LETHBRIDGE, Alberta T1K 1L6	403-320-3466
New Liskeard College of Agricultural Technology	Box C NEW LISKEARD, Ontario P0J 1P0	705-647-6701
University of Guelph Diploma Program	Diploma Program Ontario Agricultural College University of Guelph GUELPH, Ontario N1G 2W1	519-8923-4120
Alfred College of Agricultural Technology	C.P. Box 580 ALFRED, Ontario K0B 1A0	416-679-2218

INSTITUTION	ADDRESS	PHONE NUMBER
Northern Lights College	Northern Lights College 11401 - 8th Street DAWSON CREEK, British Columbia V1G 4G2	604-792-525
Fairview College	Fairview College Box 1000 FAIRVIEW, Alberta T0H 1L0	403-835-0621
Institut de Technologie Agricole et Alimentaire	Institut de Technologie Agricole et Alimentaire 3250 rue Sicotte St. HYACINTHE, Quebec J2S 2M2	514-775-7401
Institut de Technologie Agricole	Institut de Technologie Agricole 401 rue Poiré LA POCAILLERE, Quebec G1L 1Z0	418-856-1110
Fraser Valley College	Fraser Valley College 45600 Airport Road CHILLIWACK, British Columbia V2P 6T4	604-792-0025

ANNEXE VI

PROFIL DES ETUDIANTS INTERVIEWES

PROFIL DES ETUDIANTS INTERVIEWES

AGE NOMBRE D'ETUDIANTS

13	1
14	20
15	13
16	13
18	1
19	1
25	1

SEXE NOMBRE D'ETUDIANTS

Féminin	26
Masculin	24

NIVEAU DE SCOLARITE NOMBRE D'ETUDIANTS

Sec. II	5
Sec. III	28
Sec. IV	5
Sec. V	11
DEP	1

ENDROIT OU L'ÉCOLE EST SITUÉ

NOMBRE D'ÉTUDIANTS

Anjou	1
Boucherville	2
Brossard	1
Dollard-des-Ormeaux	2
Ile Bizard	1
Lasalle	1
La Tuque	2
Laval	4
Montréal	6
Mont-Royal	12
Outremont	1
Pierrefonds	1
Québec	1
Saint-Hubert	1
Saint-Jérôme	1
Saint-Jovite	2
Saint-Laurent	4
Sainte-Thérèse	1
Shawinigan Sud	4
Vaudreuil	1
Verdun	1

ANNEXE VII

EXEMPLE D'UN DOCUMENT D'INFORMATION
SUR LES FINISSANTS



Institut de technologie
agro-alimentaire
de Saint-Hyacinthe

UNE FORMATION
EN AGRO-ALIMENTAIRE

Production
Transformation
Services

TECHNOLOGIE
ALIMENTAIRE



"l'école de
demain,  aujourd'hui"

PROMOTION '88



Gouvernement du Québec
Ministère de l'Agriculture,
des Pêcheries et de l'Alimentation

Technologie Alimentaire

FONCTIONS

Les diplômés des trois options (technologie) collégiales sont préparés aux emplois suivants:

TECHNOLOGIE ALIMENTAIRE, PRODUITS LAITIERS

Surveillance et contrôle de la qualité en usine, fabrication ou direction de la fabrication des produits laitiers, vente des appareils d'usine laitière, inspection des usines et des produits laitiers, classification des produits laitiers.

TECHNOLOGIE ALIMENTAIRE, C.Q.D.

Surveillance et contrôle de la transformation des produits alimentaires en usines, confiseries, pâtisseries, boulangeries et pisciseries, charcuteries, brasseries, industries d'oléagineux, usines de congélation.

ou de destruction de fabrication de produits de consommation alimentaire en la classification des produits alimentaires, inspection gouvernementale des aliments, commerce des produits alimentaires.

TECHNOLOGIE ALIMENTAIRE, PRODUCTION

Surveillance des travaux de fabrication, contrôle de machines, analyse alimentaire, vérification des instruments de contrôle, contrôle des fabrications à l'aide d'instruments ou microscopiquement, soudure, réparation de machinerie et d'instruments de laboratoire, travail des usines de production, préparé à l'automatisation, conception de lignes de production sous la direction de l'ingénieur.

FINISSANTS QUI RECEVRONT NORMALEMENT EN 1988 UN DIPLOME D'ETUDES COLLÉGIALES

Contrôle de la Qualité & Développement



A. BIRN, BAUDOUIN
21, Chemin Lacombe
Napierville, Q.C. J3R 1G1
Tél. 514-842-1116

ÂGE: 22 ans
ANGLAIS: Peu
EXPERIENCE

- Travailleur horticulteur
- Travail général sur la ferme
- Journalier dans plan de transformation de bœuf
- Stage en contrôle de la qualité et en production hiver '88 - Les Aliments Prime
- Technicien en contrôle de la qualité - Abattoir Turcotte et Turmel, Princeville



G. PAUL, MARTIN
4, Boulevard
Lafayette
J3L 1P6
Tél. 514-842-1116

ÂGE: 20 ans
ANGLAIS: Peu
EXPERIENCE

- Contrôle de la qualité dans l'usine - Coors
- Inspection des produits laitiers - M.A.P.A.Q.
- Stage en contrôle de la qualité en production et en production, hiver '88 - Les Fromages Crescents-Lite



A. GAGNON, HENRI
18 Ave. Charles River
Chaplin
J3L 1G1
Tél. 514-842-1116

ÂGE: 19 ans
ANGLAIS: Bien
EXPERIENCE

- Commis de boulangerie et des produits en vrac - Supermarché
- Assembleur et emballer de lampes - André Lumière Engr.
- Stage en contrôle de la qualité, hiver '88 - Saputo St-Hyacinthe



G. GAGNON, MARC-ANTHONY
8225, 10^e Ave.
Chaplin
J3L 1G1
Tél. 514-842-1116

ÂGE: 19 ans
ANGLAIS: Bien
EXPERIENCE

- Travail général au service de la Recherche en phytotechnique - M.A.P.A.Q.
- Stage en contrôle de la qualité, hiver '88 - Charcuterie Bio-page
- Moniteur - Terrain de camping



M. HÉLÈNE, GAGNON
4, 10^e Ave.
Pointe St-Jacques
J3L 1G1
Tél. 514-842-1116

ÂGE: 19 ans
ANGLAIS: Peu
EXPERIENCE

- Caissière - Supermarché
- Caissière et serveuse - Restaurants
- Hôteuse - Restauration
- Stage en développement et mise au point, hiver '88 - I.T.C. - Cité mélangée à Étienne et ingénieur, les

RESPONSABILITE

- Responsable du comité d'analyse I.T.A. St-Hyacinthe
- Participation à l'élaboration de la charte des étudiants I.T.A. St-Hyacinthe



M. HÉLÈNE, GAGNON
4, 10^e Ave.
Pointe St-Jacques
J3L 1G1
Tél. 514-842-1116

ÂGE: 20 ans
ANGLAIS: Peu
EXPERIENCE

- Stage en contrôle de la qualité, hiver '88 - Les Salaisons Brûlé
- Technicien en contrôle de la qualité et en organoleptique - Bœuf, Les Rivaux
- Technicien en contrôle de la qualité - Fries-Les-Lacs
- Moniteur - Centre 200

RESPONSABILITE

- Responsable de l'organisation - Association étudiante 1987-1988
- Responsable des affaires internationales - Comité technique de santé A. 1987 des étudiants
- Responsable du comité de bacc. en '87
- Responsable de la commission interdépartementaire 1987



G. GAGNON, MARC-ANTHONY
8225, 10^e Ave.
Chaplin
J3L 1G1
Tél. 514-842-1116

ÂGE: 19 ans
ANGLAIS: Très bien
EXPERIENCE

- Barman et serveur
- Commis à la pêche - Marché Waterloo-Lite
- Technicien en organoleptique - Pêche & Océan Canada - Longueuil
- Inspection des bouchons - Consumer Glass-Lite, Waterloo
- Stage en contrôle de la qualité et inspection, hiver '88 - Taillefer, Magog

RESPONSABILITE

- Trésorier - Association des étudiants de I.T.A.
- Participation à l'élaboration de la Charte des étudiants de la Polyvalente Wilfrid Legoy



M. HÉLÈNE, GAGNON
4, 10^e Ave.
Pointe St-Jacques
J3L 1G1
Tél. 514-842-1116

ÂGE: 20 ans
ANGLAIS: Peu
EXPERIENCE

- Réalisation d'un projet pour la mise au point d'un lait de Soya - Service de Recherche Agro-Alimentaire
- Technicienne au laboratoire de biochimie et de microbiologie - Laboratoire d'expertises et d'analyses alimentaires
- Stage en contrôle de la qualité - Café St-Hyacinthe



ANGLOIS, Julie
300, St-Amand
Montréal
H3C 1K2

ÂGE 21 ans
ANGLAIS: Peu
EXPERIENCE

- Développement de produits alimentaires
techno-organoleptiques - Les Aliments
I.F.L.
- Stage en contrôle de la qualité et en pro-
duction - Fromagerie Crescent Ltee



LEBEL, Marie-
Josée
300, St-Amand
Montréal
H3C 1K2

ÂGE 20 ans
ANGLAIS: Peu
EXPERIENCE

- Aide horticoles - I.T.A. St-Hyacinthe
- Monitrice - Association des handicapés
Inc.
- Stage en développement et mise au point,
hiver '88 - Cuisinerie division Vachon

RESPONSABILITE

- Responsable des affaires culturelles -
I.T.A. St-Hyacinthe



MARTEL, Sophie
707, Parc
J. J. Lussier
St-Hyacinthe
Tel: 514-778-2100

ÂGE 21 ans
ANGLAIS: Peu
EXPERIENCE

- Formulation et mise au point de
nouveaux produits - Service de Recher-
che Agro-Alimentaire (M.A.P.A.Q.)
- Vendeuse et caissière - Boutique de
vêtements
- Vendeuse et caissière - Kiosque de fruits
- Stage en développement du produit,
hiver '88 - Cateil St-Hyacinthe



MARVILLE, Marie-
Josée
300, St-Amand
Montréal
H3C 1K2

ÂGE 21 ans
ANGLAIS: Bien
EXPERIENCE

- Contrôle de la qualité des produits
laitiers - Laboratoire d'expertises et
d'analyses alimentaires
- Commis-vendeur - Chaussures Yellow -
St-Hyacinthe
- Travail agricole
- Stage en inspection et analyse des
produits marins - Laboratoire
Capitaine Bernier - Longueuil



MURAT, Marie-Estelle
50, Avenue
Montréal
H3A 2B3
Tel: 514-482-5900

ÂGE 21 ans
ANGLAIS: Bien
EXPERIENCE

- Vendeuse et caissière - Magasin d'arti-
sanat et de tissus
- Preveuse de vêtements
- Aide-coiffeuse
- Stage en développement, hiver '88 -
Cateil, Montréal



PERRELLI, Eric
20, St-Amand
Montréal
H3C 1K2

ÂGE 21 ans
ANGLAIS: Très bien
EXPERIENCE

- Journalier en production - Agropur,
Ponsonville
- Aide-technicien en génie civil
(carpenterie, surveillance de chantier)
- Groupe Sogestec Inc.
- Aide-cuisinier - Rôtisserie
- Stage en inspection des aliments, hiver
'88 - M.A.P.A.Q.



PROVENCHER, Yvan
707, St-Amand
Montréal
H3C 1K2

ÂGE 21 ans
ANGLAIS: Bien
EXPERIENCE

- Apprenti boucher - Epicerie Roger
Provencher
- Responsable de l'expédition de crème
glacée - Les Aliments Aulx Seixtest,
Montréal
- Stage en contrôle de la qualité, Hiver '88
- Confiserie Comète Ltee



RAVENHILL, Marie-Guy
300, St-Amand
Montréal
H3C 1K2

ÂGE 20 ans
ANGLAIS: Peu
EXPERIENCE

- Contrôle de la qualité - Les Produits
Freddy
- Responsable, service à la clientèle et
entretien - Bar Laitier
- Cuisinière et cuisinier - Restaurant
- Travaux agricoles
- Stage en contrôle de la qualité - Agropur,
Granby



RE, Martin
411, St-Amand
Montréal
H3C 1K2

ÂGE 20 ans
ANGLAIS: Peu
EXPERIENCE

- Technicienne de laboratoire - Centre
d'insémination artificielle
- Cuisinière, serveuse - Restaurant
- Stage en contrôle de la qualité, hiver '88
- Les Crisotides Yum-Yum, Warwick



ST-PIERRE, Nathalie
300, St-Amand
Montréal
H3C 1K2

ÂGE 20 ans
ANGLAIS: Bien
EXPERIENCE

- Gardienne d'enfants
- Technicienne de laboratoire - Saputo,
Maskinonge
- Stage en contrôle de la qualité et
développement, hiver '88 - Les fromages,
Saputo



ANGELA, 21 ans
1000, Boulevard Nadeau
St-Hubert
J5R 1S1
Tel: 514-773-2200

ÂGE: 21 ans
ANGLAIS: Peu
EXPERIENCE:

- Caissière - Dépanneur
- Contrôle de la qualité au laboratoire et dans l'usine - Les Produits Freddy Inc.
- Réalisation d'un projet pour la mise au point d'un lait de Soya - Service de Recherche Agro-alimentaire
- Stage en contrôle de la qualité et développement, assainissement et salubrité, hiver '88 - Bexel



JOYCE, 20 ans
150, rue de la Rivière
St-Hubert
J5R 1S1
Tel: 514-773-2200

ÂGE: 20 ans
ANGLAIS: Peu
EXPERIENCE:

- Aide-inspecteur - Pêche et Océan - Canada
- Serveuse - Restaurants
- Stage en contrôle de la qualité hiver '88 - Culinar division Grissol - Ste-Marthe

Produits Laitiers



BOUFFARD, 20 ans
200, rue de la Rivière
St-Hubert
J5R 1S1
Tel: 514-773-2200

ÂGE: 20 ans
ANGLAIS: Peu
EXPERIENCE:

- Contrôle de la qualité - Les Cuisines Gaspésiennes Matane Ltée
- Serveuse - Auberge des Gouverneurs
- Aide-traiteur
- Gardienne d'enfants
- Travail général, contrôle laitier - Ferme familiale
- Plongeuse - Auberge des Gouverneurs
- Stage en production, hiver '88 - Purdel, Rivière Trois-Pistons



BURST, 20 ans
180, rue de la Rivière
St-Hubert
J5R 1S1
Tel: 514-773-2200

ÂGE: 20 ans
ANGLAIS: Bien
EXPERIENCE:

- Opérateur, section emballage - Crèmes des Trois-Rivières
- Moniteur - Ville de Laprairie
- Commis - Proviso
- Commis - Lapinière Fruits & Légumes
- Livreur - La Presse
- Stage à la Fédération des Producteurs de lait du Québec, hiver '88



CHAPUT, 21 ans
1000, Avenue
Pont-de-la-Tour, St-Hubert
J5R 1S1
Tel: 514-773-2200

ÂGE: 21 ans
ANGLAIS: Peu
EXPERIENCE:

- Contrôle de la qualité - Agropur
- Contrôle de la qualité - Kraft
- Stage en contrôle de la qualité, hiver '88 - Kraft



JOYCE, 19 ans
150, rue de la Rivière
St-Hubert
J5R 1S1
Tel: 514-773-2200

ÂGE: 19 ans
ANGLAIS: Bien
EXPERIENCE:

- Gérant, caissier, serveur, vendeur - Hôtel
- Préposé au vestiaire, aide-serveur - Club P.M.
- Entretien, plongeur - Hôtel
- Stage en recherche, mise au point et production, hiver '88 - Purdel Coop. Agro-alimentaire



JOYCE, 20 ans
150, rue de la Rivière
St-Hubert
J5R 1S1
Tel: 514-773-2200

ÂGE: 20 ans
ANGLAIS: Bien
EXPERIENCE:

- Inspection - MAPAQ
- Emballage, travail de laboratoire au comptoir laitier - Fromage Côte Inc.
- Stage en contrôle de la qualité - Fromagerie Corneville, St-Hyacinthe



JOYCE, 20 ans
150, rue de la Rivière
St-Hubert
J5R 1S1
Tel: 514-773-2200

ÂGE: 20 ans
ANGLAIS: Très bien
EXPERIENCE:

- Contrôle de la qualité - Agropur, Brossard
- Caissière, commis-vendeuse - Zellers
- Travail général de serres - Serres Croteau Inc.
- Stage en développement des produits, hiver '88 - Service de Recherche Agro-Alimentaire - MAPAQ
- RESPONSABILITÉ
- Responsable des affaires sociales - I.T.A. '86-'87
- Vice-présidente - Association générale des étudiants - I.T.A. '87-'88



JOYCE, 19 ans
150, rue de la Rivière
St-Hubert
J5R 1S1
Tel: 514-773-2200

ÂGE: 19 ans
ANGLAIS: Bien
EXPERIENCE:

- Assistante aux projets de recherche - MAPAQ
- Technicienne de laboratoire - Agropur
- Stage en contrôle de la qualité, hiver '88 - Fromagerie Caver Inc., St-Raymond de Portneuf



JOYCE, 20 ans
150, rue de la Rivière
St-Hubert
J5R 1S1
Tel: 514-773-2200

ÂGE: 20 ans
ANGLAIS: Bien
EXPERIENCE:

- Opérateur dans l'usine de fabrication de différentes sortes de vins, chargement, lavage - Les Vins André du Québec Ltée
- Aide-fermier - Ferme familiale
- Stage en contrôle de la qualité et développement et mise au point, inspection, hiver '88 - P.L.



CHAMBERLAIN, Eric
115, rue Saint-Jacques
St-Jacques
J2K 1G1
Tel: (514) 733-1231

ÂGE: 20 ans
ANGLAIS: Peu
EXPERIENCE:

- Travail sur la production, emballage, expédition, livraison - Fromagerie Clement Inc.
- Commis-camionneur - Quincaillerie Pion Inc.
- Abattage - Lambert Hubert Inc.
- Stage en contrôle de la qualité et production, hiver '88 - Fromagerie Clement Inc.
- St-Damase



LAURENCE, FABIENNE
465, rue Saint-Jacques
St-Jacques
J2K 1G1
Tel: (514) 361-2566

ÂGE: 20 ans
ANGLAIS: Peu
EXPERIENCE:

- Fromager - Fromagerie Syndicat Gilbert
- Plongeur - Rôtisserie
- Aide-fermier
- Stage comme aide-fromager, hiver '88 - Agrinova, Beauveville



LAURENCE, JANE
465, rue Saint-Jacques
St-Jacques
J2K 1G1
Tel: (514) 361-2566

ÂGE: 20 ans
ANGLAIS: Peu
EXPERIENCE:

- Technicienne de laboratoire - Pardeil
- Coopérative Agro-alimentaire Québec
- Repiqueur - Centre de production de plants forestiers - Québec
- Recenseur - Municipalité de l'Ange-Gardien
- Femme de chambre - Hôtel
- Stage en contrôle de la qualité et production, hiver '88 - Ferme S.M.A. Beauport



CHAMBERLAIN, JANE
115, rue Saint-Jacques
St-Jacques
J2K 1G1
Tel: (514) 361-2566

ÂGE: 20 ans
ANGLAIS: Peu
EXPERIENCE:

- Hôtesse - Clément Lacroix
- Stage en contrôle de la qualité, hiver '88 - Lactantia Ltée, Victoriaville



LENGUETTE, Suzanne
100, rue Saint-Jacques
St-Jacques
J2K 1G1
Tel: (514) 733-1231

ÂGE: 20 ans
ANGLAIS: Peu
EXPERIENCE:

- Caissière - Dépanneur
- Secrétaire-adjointe - Municipalité Paroisse de St-Rosalie
- Gardienne d'enfants, aide-ménagère
- Surveillante à la crèche des fraises
- Stage en microbiologie, hiver '88 - CRASH



CHAMBERLAIN, Eric
115, rue Saint-Jacques
St-Jacques
J2K 1G1
Tel: (514) 733-1231

ÂGE: 20 ans
ANGLAIS: Peu
EXPERIENCE:

- Opérateur de machine - Fromage Saputo, St-Hyacinthe
- Stage en production et contrôle de la qualité, hiver '88 - Crémère des Trois-Rivières



CHAMBERLAIN, Eric
115, rue Saint-Jacques
St-Jacques
J2K 1G1
Tel: (514) 733-1231

ÂGE: 21 ans
ANGLAIS: Peu
EXPERIENCE:

- Aide-paysagiste et vendeur - Centre de jardin - Héroux Paysagiste Inc. Drummondville
- Maintenance - Ébenisterie Rosaire Cyr Inc.
- Aide-fermier - Ferme Léo-Paul Poirier
- Stage en production et en contrôle de la qualité, hiver '88 - Fromagerie Lemaire



CHAMBERLAIN, Eric
115, rue Saint-Jacques
St-Jacques
J2K 1G1
Tel: (514) 733-1231

ÂGE: 23 ans
ANGLAIS: Bien
EXPERIENCE:

- Technicienne de laboratoire, contrôle de la qualité - Les Fromages Crescent
- Technicienne en laboratoire - Les Fromages Saputo Ltée
- Commis en pharmacie - Pharmacie Carnaval
- Commis de bureau - Bell Canada
- Commis à la bijouterie - Distribution aux consommateurs



CHAMBERLAIN, Eric
115, rue Saint-Jacques
St-Jacques
J2K 1G1
Tel: (514) 733-1231

ÂGE: 21 ans
ANGLAIS: Bien
EXPERIENCE:

- Journalier - Montréal Skeet Club
- Représentant - Centre Agricole Ste-Justine
- Aide-fermier - Raymond Robillard
- Gardien d'enfants
- Stage en production et contrôle de la qualité, hiver '88 - Fromage Saputo, Montréal



CHAMBERLAIN, Eric
115, rue Saint-Jacques
St-Jacques
J2K 1G1
Tel: (514) 733-1231

ÂGE: 21 ans
ANGLAIS: Peu
EXPERIENCE:

- Cuisinière et serveuse - Cabane à sucre
- Aide-général à la cuisine - Cafétéria de l'I.T.A., St-Hyacinthe
- Aide-fermier - Ferme René Savoie
- Stage en production et en contrôle de la qualité, hiver '88 - Fromage Princesse, Plessisville



LAURE, Marie-Josée
400 Duvernay
St-Fr
J1A 1A5
Tel: 418-631-9601

AGE: 20 ans
ANGLAIS: Peu
EXPERIENCE:
- Caissière - J. Patisserie
- Stage en production: River '88 - Albert Perron
Inc. - St-Francis



TAROP, Daniel
21 Place Grégoire Ké
Bouchard
J0E 1A2
Tel: 418-631-6801

AGE: 19 ans
ANGLAIS: Bien
EXPERIENCE:
- Technicien en production - Laiterie Lower
- Aide-expéditeur - Boulangerie Gaudin
- Analyses chimiques et microbiologiques -
Laboratoires d'experts et d'analyses
alimentaires - St-Hyacinthe



VOLENT, Nathalie
200 Vézina
Bouchard
J0E 1A5
Tel: 418-678-5531

AGE: 20 ans
ANGLAIS: Bien
EXPERIENCE:
- Technicienne de laboratoire en contrôle de la
qualité - Laiterie Casavant
- Caissière - Pharmacie
- Caissière - Mc Donald
- Stage en contrôle de la qualité et production:
hiver '88 - Institut Roseil Inc., Montréal

Production



BEAUCHEMIN, Marie
80 - Vézina
St-Amand de Gravel
J0E 1A5
Tel: 418-678-4304

AGE: 21 ans
ANGLAIS: Peu
EXPERIENCE:
- Garçon de table - Érablière La Grille
- Aide-fermier - Ferme porcine, Patrice Hoult
- Aide à la production fromagère - Crescent,
Mariville



CHASSAGNE, Denis
5701 St-Thomas
St-Francis de Bon
J0E 1A5
Tel: 418-740-3901

AGE: 21 ans
ANGLAIS: Bien
EXPERIENCE:
- Aide-fermier - Ferme familiale
- Préparation mélange à crème glacée, pastu-
ration des mélanges - Lavage du C.I.P.
- Stage en bottelage, hiver '88 - CRASH



COFFÉ, Yves
221 Chénier
St-Jean des Roches
J0E 1A5
Tel: 418-340-6301

AGE: 21 ans
ANGLAIS: Peu
EXPERIENCE:
- Cuisinier - Restaurant Mc Donald
- Caissier - Dépanneur
- Journalier - Crane Canada Inc.
- Stage en contrôle de la qualité, division lait de
consommation, hiver '88 - Agropur



GENAGNE, Jean-Pierre
411, chemin de la Rivière
Bouchard
J0E 1A5
Tel: 418-629-5721

AGE: 20 ans
ANGLAIS: Bien
EXPERIENCE:
- Contrôleur de la qualité - Les Fromages Séguro
Montréal
- Stage en contrôle de la qualité et production:
hiver '88 - Patisserie Montréal
RESPONSABILITÉ:
- Responsable des affaires sociales '86-87 -
I.T.A. St-Hyacinthe
- Responsable du club de ski I.T.A.
St-Hyacinthe



LAURE, Raphaël
400 St-Fr
Bouchard - St-Basile-Roch
J0E 1A5
Tel: 418-634-2161

AGE: 21 ans
ANGLAIS: Bien
EXPERIENCE:
- Contrôleur de la qualité (remplacement du
responsable, inspection des laiteries des
producteurs, inspection d'usines, Aide-
fromager - Laiterie Echevin (Purdell) - Ville
Lac-Echemin
- Stage en développements, hiver '88 - Agrimove,
St-Claude



LEBLOND, Stéphane
111 St-Basile
Bouchard
J0E 1A5
Tel: 418-629-2121

AGE: 20 ans
ANGLAIS: Peu
EXPERIENCE:
- Opérateur de chariot élévateur - Brasserie
Labatt
- Maintenance - Alby Olin Chlorates
Aide-mécanicien - Café l'évêque, Beauharnois
Aide-fermier - Ferme Leduc
- Aide-artisan - Guy Benoit maraîcher



LOISEL, Denis
1801 Riverside
Rivier-Forest
J0E 1A5
Tel: 418-664-9871

AGE: 26 ans
ANGLAIS: Bien
EXPERIENCE:
- Opérateur, département de la crème glacée -
Agropur, Ville St-Laurent
- Boucher - Boucherie Mc-Vallon
- Boucher - Marché Gaudin (Provost)
- Maintenance - Brasserie Molson
- Monteur Soins en sauterie - Camp St-Denis
- Stage en développement et mise au point,
hiver '88 - Lowrey, Sherbrooke



PARENT, Denis
281 St-Louis
St-Amand
J0E 1A5
Tel: 418-740-2415

AGE: 30 ans
ANGLAIS: Très bien
EXPERIENCE:
- Travailleur agricole spécialisé dans la
culture - Marquis Orsardo Ltee, B.C.
- Stage en développement et mise au point de la
choucroute - Service de Recrutement Agri-
Alimentaire du M.A.P.A.Q.



ROSE, Pierre
511 Ave. des Grands
Marchés
J0E 1A5
Tel: 418-629-5821

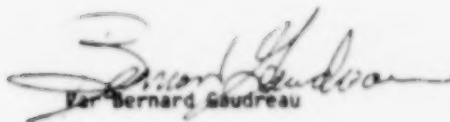
AGE: 19 ans
ANGLAIS: Peu
EXPERIENCE:
- Travail sur la production - Embouteillage
Vallée
- Entretien - Commission scolaire des Moutons
- Stage en production et contrôle de la qualité
hiver '88 - Canada Packers, Montréal

ANNEXE VIII

ESQUISSE DU PROJET D'INTERVENTION

Esquisse d'un projet d'intervention
sur les Instituts de Technologie Agricole

Présenté à Mme Marie Michel Guay
Coordonnatrice des projets d'intervention


Par Bernard Gaudreau

Août 1988

ESQUISSE DU PROJET D'INTERVENTION

A- L'objet de l'étude

La Direction de l'enseignement en agro-alimentaire (D.E.A.) du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation chapeaute deux Instituts de Technologie Agricole (La Pocatière et Saint-Hyacinthe) qui décernent un D.E.C. aux étudiants réguliers qui terminent avec succès le cours.

Au Québec, les deux instituts forment environ 50 % des gens qui reçoivent une formation de producteurs agricoles alors qu'ils sont seuls à assurer la formation des technologistes et des conseillers pour l'agro-alimentaire.

Or, depuis quelques années, les demandes d'admission sont en nette régression à tel point que la sélection est quasi inexistante tant pour La Pocatière que Saint-Hyacinthe. Ce dernier institut n'a pas encore perdu de clientèle alors que le premier fait déjà face à une diminution.

Il importe de souligner que d'autres besoins ont été identifiés: ainsi, le nombre de cours par correspondance en agriculture et le nombre d'heures d'enseignement à l'éducation des adultes ont considérablement augmenté. De plus, la "mission internationale" des

instituts a été développé (étudiants étrangers, accueils de délégation et session de perfectionnement dispensée à l'étranger par des professeurs des instituts).

Quoique consciente du contexte global de diminution des inscriptions aux CEGEPS à travers tout le Québec la D.E.A. considère comme un problème important la diminution de clientèle à ses instituts. Elle est d'autant plus préoccupée que le phénomène semble s'accroître alors qu'elle se sent seule responsable de satisfaire les besoins de l'industrie agro-alimentaire.

Le directeur réalise qu'un manque de techniciens qualifiés peut nuire au développement du secteur agro-alimentaire. Dans cet ordre d'idée, il s'interroge d'ailleurs sur la façon de quantifier ce besoin pour les prochaines années. La Direction de l'enseignement en agro-alimentaire a déjà réagi en posant des gestes visant à ce que les instituts et leurs services soient mieux connus au niveau du secondaire.

Evidemment, dans ce qu'elle entreprend, la D.E.A. doit tenir compte de bon nombre d'intervenants indépendants du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation dont certains tels de ministère de l'Éducation du Québec, la Commission de Formation Professionnelle et l'Union des Producteurs Agricoles ont une influence majeure.

B- Le mandat

Face à l'évolution rapide de l'ensemble des techniques du secteur agro-alimentaire, monsieur Pascal Nieuwenhuys, le directeur à la Direction de l'enseignement en agro-alimentaire se questionne à savoir si les instituts offrent le bon produit pour les besoins de la prochaine décennie. Face au manque de diplômés, déjà remarqué dans certains sous-secteurs, et à la diminution des inscriptions et même de la clientèle des instituts, il veut sensibiliser la clientèle des polyvalentes (étudiants du secondaire III, IV et V) aux opportunités qu'offrent les instituts. De quels types de ressources a-t-il besoin? Doit-il amplifier les actions entreprises ou s'orienter différemment? Evidemment, tous les éléments de réponse à ces questions devront prendre en considération les compétences respectives de nombre d'intervenants sur lesquels la D.E.A. a peu ou pas de contrôle.

Le mandat vise donc non pas à répondre de façon définitive à ces questions mais à suggérer des éléments de réponse, des avenues d'interventions à partir desquelles des recommandations seront faites.

C- Les résultats de l'étude

L'étude des données devrait permettre de faire des comparaisons sur l'évolution de la clientèle avec l'ensemble du système collégial et aussi de se positionner par rapport aux provinces voisines. La recherche d'information sur la notoriété des instituts auprès, entre autres, des orienteurs du secondaire et sur les besoins du milieu agro-alimentaire en matière de techniciens fournira de précieux renseignements d'ordre tant qualitatifs que quantitatifs.

L'interprétation des informations recueillies permettra de mettre de l'emphase soit sur la notoriété des instituts, soit sur le produit que l'on y forme, (programme mieux adapté aux besoins) soit sur la quantité des diplômés.

Risquer un diagnostic ou énoncer des propositions à ce stade-ci équivaudrait à présumer des résultats de l'étude des données qui existent déjà ou qui seront recueillies lors de rencontres, interviews et questionnaires qui devront être préparés et administrés. Il est évident cependant que nous devrons dégager des orientations et, en accord avec le commanditaire, proposer des stratégies d'implantation qui, bien sûr, devront prendre en considération la disponibilité limitée des ressources et comporter un échéancier.

D- Démarche méthodologique suivie

Au moment où nous écrivons ces lignes, nous n'avons pas encore de directeur académique. La période des vacances ne nous a pas permis de rencontrer beaucoup de personnes responsables. Monsieur Leblanc nous a dit que le sujet lui apparaissait acceptable mais que le plus important était de vous soumettre le présent document pour vraiment enclencher le processus car c'est vous qui, en tant que coordonnatrice, acceptez, modifiez ou refusez un sujet de projet d'intervention.

De la même façon, le choix du ou des modèles théoriques qui seront utilisés dans notre démarche n'a pas encore été arrêté. Cependant, puisque l'on parle de réorientation et de spécificité des instituts, il nous semble que des modèles tels le changement planifié ou les champs de forces ne sont pas dénués d'intérêt.

Lorsque le choix d'un directeur académique sera fait, nous espérons qu'il ne sera pas trop difficile, après quelques discussions, de déterminer le cadre conceptuel que nous utiliserons dans notre démarche.

Nous pouvons cependant déjà dire que nous entendons examiner l'ensemble des documents portant sur les instituts, la logique qui

sous tend les orientations actuelles, les programmes académiques, les forces, les problèmes, etc. Nous entendons aussi rencontrer des gens qui vivent dans les instituts (personnel de direction, professeurs, élèves). Cela se fera probablement par la technique de l'interview.

Nous prévoyons, par la méthode du questionnaire, sonder l'opinion des orienteurs oeuvrant au secteur secondaire (tant en milieu urbain que rural).

Finalement, si nous ne sommes pas encore certains de rencontrer des gens qui oeuvrent au niveau de la production agricole, il nous semble évident qu'il faudra interviewer ou administrer un questionnaire à des responsables du secteur de la transformation des produits alimentaires.

Ce sont ces différentes actions qui nous permettront de diagnostiquer correctement la situation. Cette partie menée à bien, il sera relativement simple de proposer les réformes susceptibles de garantir l'atteinte des objectifs.

E- Echéancier des travaux

L'auteur de ces lignes est présentement libéré à plein temps jusqu'au premier janvier 1989. Il veut rédiger son projet d'intervention avant de retourner au travail et poursuivre, en travaillant, les quelques cours qu'il doit encore suivre pour obtenir sa maîtrise. Nous devons donc avoir terminé fin décembre 1988, ce qui laisse quatre mois.

En septembre, nous poursuivrons et terminerons la revue de littérature déjà amorcée. Le modèle d'analyse qui pourrait être applicable devra être choisi en septembre et le questionnaire adressé aux orienteurs esquissés. Plusieurs interviews seront aussi conduits en septembre. Octobre sera consacré à terminer les entrevues et la rédaction du premier questionnaire. Le second, (s'il y a lieu) dirigé aux transformateurs, sera élaboré en octobre.

Vers la fin d'octobre ce deuxième questionnaire sera administré et la validation du premier débutera.

Novembre sera utilisé pour valider le deuxième questionnaire et toutes informations qu'il faudrait vérifier ou préciser. Une bonne partie de ce mois devra servir à rédiger le projet d'interventions et à analyser les conditions d'implantation des recommandations.

- 8 -

Finalement, décembre sera entièrement consacré à la rédaction et au polissage du texte final qui devra être prêt au plus tard dans les premiers jours de janvier 1989.

ANNEXE IX

RAPPORT SUR LE QUESTIONNAIRE
PORTANT SUR LES CARRIERES EN AGRO-ALIMENTAIRE

RAPPORT SUR LE QUESTIONNAIRE
PORTANT SUR LES CARRIERES EN AGRO-ALIMENTAIRE

Aux intervenants en information scolaire,

Madame, Monsieur,

Dans le cadre d'un projet d'intervention qui constitue une activité obligatoire à l'obtention d'une maîtrise en administration publique décernée par l'Ecole Nationale d'Administration Publique (ENAP) nous avons adressé un questionnaire aux intervenants en information scolaire qui évoluent au niveau secondaire.

Cet envoi postal (820 questionnaires) a été fait entre le 7 et le 11 octobre 1988. Le 2 novembre, nous avons reçu 344 questionnaires complétés (42 %), ce qui constitue un excellent taux de réponse. Nous vous remercions de votre collaboration sans laquelle il n'aurait pas été possible de colliger des données valables. De plus, entre le 2 novembre et le 15 décembre, nous avons reçu 31 autres questionnaires (près de 4 %) qui n'ont malheureusement pas pu être traités. Cependant, tous les répondants qui en ont manifesté le désir, qu'ils aient ou non pu répondre avant la date de traitement, reçoivent le présent rapport. Leur nombre est de 235 (63 % des répondants).

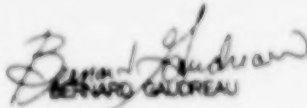
Voici les principales constatations qui ressortent de l'analyse des données recueillies auprès des intervenants en information scolaire.

- Les carrières de technologistes en agro-alimentaire sont peu connues des étudiants - d'autres techniques exercent un attrait beaucoup plus grand.
- Les carrières de technologistes en agro-alimentaire sont souvent, à tort, associées à celle d'agriculteur par les étudiants. Nous ajouterons que la teneur de certaines réponses laisse croire qu'une minorité de répondants partagent aussi cette vision des choses.
- La profession d'agriculteur n'est généralement pas valorisée. Les conditions de travail sont perçues comme inacceptables et les revenus insuffisants.
- Même si, de fait, plusieurs technologistes en agro-alimentaire oeuvrent à proximité des grands centres, les répondants pensent que les étudiants associent ces carrières à un milieu purement rural et que conséquemment, les citadins en sont exclus. Là encore, certaines réponses laissent croire qu'une partie des répondants partagent aussi cet opinion.
- Les étudiants qui visent l'université sont nécessairement peu intéressés par ces carrières.

- Les Instituts de technologie agro-alimentaire ont la responsabilité exclusive de former des technologistes en agro-alimentaire (alors qu'ils partagent avec 6 autres CEGEPS la responsabilité de former des exploitants agricoles - cours GEEA). Pourtant, plus de 25 % des répondants n'associent pas toujours les carrières de technologistes en agro-alimentaire à l'un ou l'autre des Instituts comme endroit de formation.
- Les exigences scolaires (sciences) incitent le respect mais constituent avec l'éloignement des centres de formation un frein, une barrière défavorisant l'accès aux carrières de technologistes en agro-alimentaire.
- Une majorité des répondants affirme disposer de matériel d'information en quantité et en qualité suffisante. Cependant, plusieurs croient que ces carrières doivent être vulgarisées, publicisées, en ayant recours à des médias de masse.
- Plusieurs répondants suggèrent l'utilisation de vidéos pour transmettre l'information aux étudiants du secondaire.
- Il est difficile d'intéresser les étudiants. L'unique exemple ont peu ou pas d'exemple d'entreprise agro-alimentaire dans leur environnement comme c'est le cas en région périphérique telles la Gaspésie, la Côte Nord et l'Abitibi.
- Les intervenants en information scolaire qui croient que le taux de placement est élevé fournissent plus souvent de l'information sur ces techniques. Seulement quelque 20 % des répondants situent le taux de placement à plus de 90 %. De fait, ce taux est de quelque 94 % pour les technologistes diplômés en 1988.

Les données recueillies par ce questionnaire nous aident beaucoup dans notre projet d'intervention et nous voulons, encore une fois, vous remercier de votre collaboration. Il nous reste à souhaiter qu'au-delà du caractère académique de notre démarche, notre projet d'intervention permette aux Instituts de poser des gestes concrets qui feront qu'ils atteindront mieux leurs objectifs.

Agréer, Madame, Monsieur, l'expression de mes sentiments les meilleurs.


BERNARD GAUDREAU

P.S.: Nous avons pris la liberté de vous inclure la toute récente brochure intitulée "La technologie, un pari d'avenir".

BIBLIOGRAPHIE

BIBLIOGRAPHIE

OUVRAGES CONSULTÉS ET CITÉS DANS LE TEXTE

DIRECTION DE L'ENSEIGNEMENT EN AGRO-ALIMENTAIRE (1988). Rapport annuel des activités 1987-1988.

KOTLER, P., DUBOIS, B., (1984). Marketing Management. 5^e édition. Paris: Publi-Union.

LETTRE, J.-P. ET AL. (1986). Rapport du comité d'étude de l'enseignement professionnel agricole. (Rapport présenté au ministre de l'éducation du Québec).

LOVELOCK, C.-H., WEINBERG, G.-B., (1984). Marketing for public and non profit managers. New York: John Wiley & Sons Inc.

REGIS, L.-M., ET AL. (1981). Rapport du comité d'étude sur l'enseignement agricole et agronomique de la province de Québec. (Rapport présenté au ministre de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec).

OUVRAGES CONSULTÉS MAIS NON CITÉS DANS LE TEXTE

ASSOCIATION DES TECHNOLOGISTES AGRO-ALIMENTAIRES INC., Annuaire des membres 1988-1989.

COFFMAN, L. (1966). Public Sector Marketing. New York: John Wiley & Sons Inc.

DIRECTION DES COMMUNICATIONS - MAPAQ 1985 - Institut de technologie agricole - La Pocatière, un choix réfléchi.

DUFOUR, L. (1978). L'enseignement aux Instituts de technologie agricole. Revue Agriculture, vol. 34, no. 4, pp. 15-21.

GAUTHIER, G. (1988). Histoire de l'Institut agro-alimentaire de Saint-Hyacinthe.

KOTLER, P., McDUGALL, G., PICARD, J. (1985). Principes de marketing. Chicoutimi: Gaetan Morin, éditeur.

SERVICE RÉGIONAL D'ADMISSION DU MONTREAL MÉTROPOLITAIN (1986). Guide pratique des études collégiales au Québec.



DATE DUE

FEB 21 - ENAP-MONTREAL
DOCUMENTATION

RECEIVED 1978

FIN